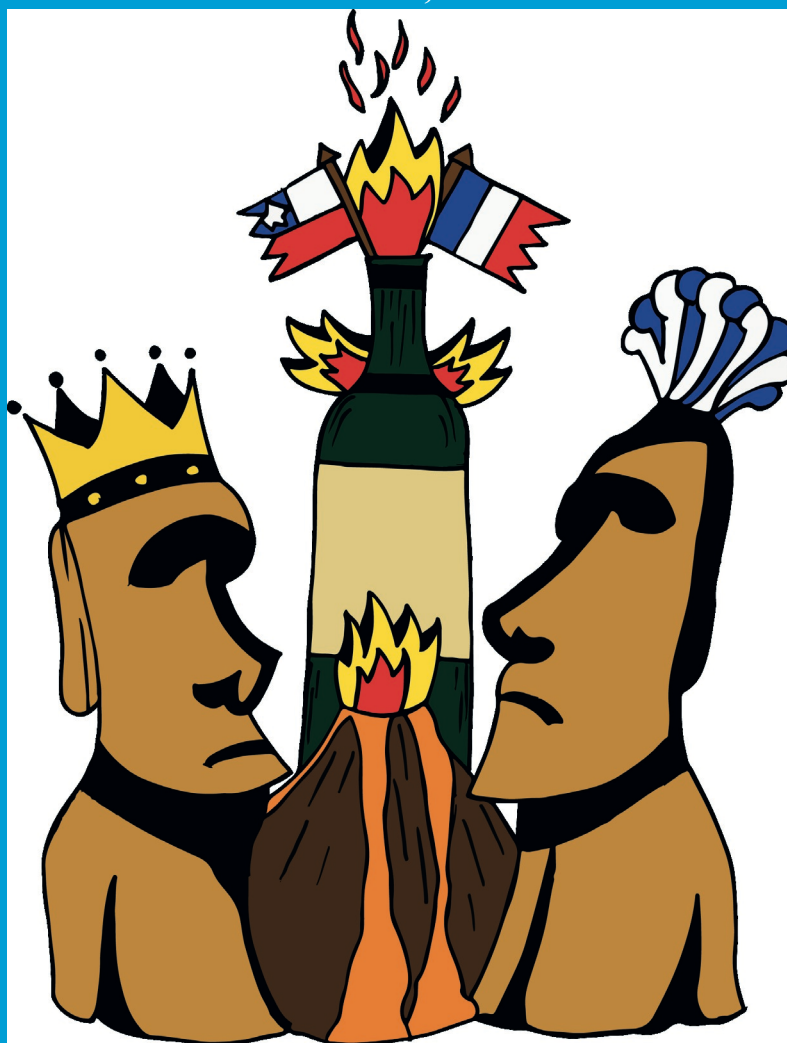


Departamento de Filosofía y Letras/ Instituto de Investigación en Estudios Latinoamericanos
Máster universitario en América Latina y Unión Europea: una cooperación
estratégica.

**PATRIMONIO E IDENTIDAD VITIVINÍCOLA : HISTORIA,
LEGISLACIÓN, RETOS EN FRANCIA Y EN CHILE, CASO
COMPARADO, 2005-2015**



Estudiante : Pauline FAYE MUÑOZ

Tutoras : Inmaculada Simón Ruiz, Instituto de Estudios Sociales y Humanísticos,
Universidad Autónoma de Chile, Santiago.

Dulze María Pérez Aguirre, Maestra en Historia de América
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Alcalá de Henares, Curso académico:
2017-2018.

Índice

Introducción.....	1
Marco Conceptual	8
Capítulo 1 : Historia del vino en Francia y en Chile: ¿Una historia en común?, un estado de la cuestión:.....	14
1.1. La historia del vino o como el vino llego en Francia y en Chile :.....	17
1.2. El siglo XIX y la crisis de la filoxera: el punto de inflexión en el mundo del vino pero también en la relación franco-chilena:.....	21
1.3. Siglo XX y XXI: crisis y creación de las denominaciones de origen:.....	26
Capítulo 2 : Las políticas agrícolas y culturales: una influencia para el patrimonio y la identidad vitivinícola:	31
2.1. Indicación geográfica :	33
2.2. El Patrimonio Cultural:.....	39
2.3. El Consejo Regulador :.....	44
Capítulo 3 : Los nuevos desafíos enfrentados por el sector vitivinícola, ¿amenazas u oportunidades?.....	52
3.1. El desafío medioambiental y el vino orgánico : ¿una amenaza para el patrimonio y la identidad cultural?	52
3.2. Cambio legislativo e influencia en los gobiernos nacionales: los lobbies del vino una amenaza para el patrimonio y la identidad del vino en Francia y en Chile:.....	61
3.3. China nuevo actor de la filial vitivinícola:	70
3.4. La denominación de origen, ¿una real prueba de calidad?.....	79
Conclusiones.....	85
Fuentes.....	94
Bibliografía	94

Agradecimientos:

Quiero expresar mis profundos agradecimientos a todas las personas que me ayudaron en este proceso de construcción de mi trabajo de investigación.

Primeramente, quiero darle las gracias a mis tutoras de TFM, Ada y Dulce por su apoyo, su paciencia y sus consejos que fueron indispensables a la hora de la escritura del trabajo.

A mis compañeros del IELAT, pero más precisamente a Aurea, Gerardo y Khaled que estuvieron durante los momentos de dudas y que supieron ayudarme cuando lo necesitaba.

Y finalmente a mi familia. Mi hermano, Matthias, que es el creador de la portada. Y a mis papas, Bruno y Roxana, quienes fueron los que me inculcaron esta doble cultura, franco-chilena, y el gusto por el buen vino.

Introducción

Tomarse un Haut Marbuzet o un Casillero del Diablo acompañado de un buen plato de comida rodeado de su familia... Esto tiene un sentido cultural muy fuerte en muchos países del mundo pero sobre todo en dos países en los cuales el vino se impuso culturalmente años tras años, Francia y Chile.

El siguiente trabajo es el comienzo de una investigación que se va a hacer en un futuro de manera profunda y amplia. Lo que se quiere desarrollar acá es el inicio de un estudio en relación al fenómeno actual, pero también milenario, que se ve muy presente en los dos países elegidos que son Francia y Chile: la identidad y el patrimonio cultural del vino.

La pregunta que puede surgir viendo este titular es lo siguiente: ¿Por qué Francia y Chile? ¿Qué tienen que ver estos dos países? Estas preguntas son totalmente comprensibles. Efectivamente, los estereotipos dejan decir que pueden tener una visión de la vida totalmente diferente. Obviamente, son dos naciones que se sitúan en dos continentes distintos, y que tienen una sociedad y una economía que no se parecen. Hasta se podía pensar que no se iban a encontrar relaciones entre ambos, aunque las discrepancias son también interesantes ya que puede aportar conclusiones benéficas para los dos Estados. Lo que queremos mostrar es que tienen más puntos en común de lo que creemos, y que no se desconocen. En efecto, a lo largo de la investigación efectuada, tuvimos la sorpresa de poder encontrar información que las conecta de manera muy potente. Es más, le pareció interesante estudiar y comparar estos dos países porque es un estudio, en el plan patrimonial e identitario, que no se había realizado antes.

Cada uno había sido estudiado por su lado, como por ejemplo en el artículo de Gonzalo Rojas, Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile¹, o el artículo de Marie-Claude Pichery, profesora de la Universidad de Bourgogne, Reconnaissance officielle en France du vin comme produit culturel : Enjeux pour les professionnels de la mondialisation². Se hicieron también estudios comparados como el de Pablo Lacoste, historiador especialista en el sector vitivinícola de la

¹Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°4, 2015, pp./págs. 88-105.

² Reconocimiento oficial en Francia del vino como producto cultural : Retos para los profesionales de la globalización, 2013. (traducción del título es de elaboración propia)

Universidad de Santiago de Chile y director de la revista RIVAR³, titulado : Del TLC Argentina-Chile a la Fiesta Nacional de la Vendimia: política, vino y cultura popular⁴, que compara acá en este sector vitivinícola Argentina y Chile. Era entonces necesario construir esta relación entre Francia y Chile ya que no se había tratado este tema en este sector, por lo menos en el sector identitario y patrimonial.

La pregunta que se hace también es ¿por qué este sector del patrimonio e identidad cultural en vez de por ejemplo el sector rural, agrícola? Decidimos hacer esto porque no tan solo afecta el área agrícola en la historia del vino sino que también incide el dominio social, la esfera social del país en el que se desarrolla esta historia. Era entonces importante desarrollar esta característica sin dejar de lado lo agrícola, que tiene un papel importante en el desarrollo del sector vinícola.

En ambas historias vitivinícolas, se destaca también el hecho de que ambas historias no empezaron al mismo tiempo. Efectivamente, Francia tiene una tradición con el vino de 2000 años, empezando su relación con el vino en 600 antes Cristo cuando se llamaba todavía la Galia, importado por los Griegos. Al principio, el vino era una moneda para poder intercambiar esclavos, pero después los Romanos lo usaron con fines coloniales. En cuanto a Chile, ella vio sus relaciones con la vitivinicultura con la llegada de los colonos en el siglo XVI. . Fueron los españoles los que implantaron esta cultura del vino, que formaba parte de sus costumbres. Podemos ver ya, que, aunque se haya hecho a siglos de diferencia, que la viticultura y el vino llegaron a ambos países de la misma manera es decir por la colonización y también de una procedencia mediterránea lo que explicaremos en el primer capítulo.

Aunque Chile tiene una tradición vitivinícola más reciente que la francesa, pudimos ver estos últimos años un crecimiento de su importancia en el mercado internacional, como lo demuestra por ejemplo el aumento de la venta del vino chileno en el mercado chino⁵, uno de los principales mercados extranjeros de las exportaciones francesas en cuanto a vino. Esto

³ Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, editada por el Instituto de Estudios Avanzados de la Universidad de Santiago de Chile.

⁴ Lacoste, P. « Del TLC Argentina-Chile a la Fiesta Nacional de la Vendimia: política, vino y cultura popular ». *Universum* n° 21, 2 (Talca, 2° semestre 2006): pp./págs. 184-201.

⁵ El 75% en un año, haciendo de Chile el cuarto importador de vino en China en 2016. Villiers-Moriame, Aude. « Le vin chilien à la conquête du monde » 2017. Disponible en : https://www.lesechos.fr/16/02/2017/lesechos.fr/0211803706285_le-vin-chilien-a-la-conquete-du-monde.htm, fecha de última consulta : 24-04-2018

demuestra la subida de la importancia chilena en este sector, y que puede competir con las grandes potencias.

Francia, como se ha dicho anteriormente, es un país de tradición vitivinícola que ha ido creciendo a lo largo de los años. El periodo de auge de la identidad y patrimonio cultural del vino en Francia llegó cuando el Senado francés reconoció el vino patrimonio cultural francés, el 12 de abril de 2014 y que entró en vigor el 13 de octubre de 2014. La ley dice « Le vin, produit de la vigne, les terroirs⁶ viticoles ainsi que les cidres et poirés, les boissons spiritueuses et les bières issu des traditions locales font partie du patrimoine culturel, gastronomique et paysager protégé de la France »⁷. Podemos decir que esto fue un real cumplimiento para senadores francés como Roland Courteau (Partido Socialista) que luchaban desde años para que este producto se registre como tal.

Esta investigación tendrá varios objetivos e intentará contestar a varias preguntas e hipótesis que fueron surgiendo a lo largo de la búsqueda de la información y de un estado de la cuestión que fue necesario para poder desarrollar esta misma. Primeramente, queremos saber y estudiar cómo estos dos países se encontraron, cuáles son sus puntos de diferencias y sus puntos de encuentros, demostrar que la cultura es indispensable al desarrollo de la identidad de un país. Después se desea encontrar la respuesta a las siguientes preguntas : ¿Cómo el vino se convirtió en un símbolo de identidad cultural en Francia y en Chile? ¿Tienen estos dos países legislaciones muy diferentes con respecto a la producción del vino? ¿Cuáles serían los nuevos retos a los cuales se enfrentarían el encontrar la respuesta a las siguientes preguntas ? ¿Cómo el vino se convirtió en un símbolo de identidad cultural en Francia y en Chile? ¿Tienen estos dos países legislaciones muy diferentes con respecto a la producción del vino? ¿Cuáles serían los nuevos retos al cual se enfrentarían el patrimonio y la identidad cultural del vino?

⁶ « El terroir es una zona geográfica particular de donde la producción saca su originalidad directamente de las especificidades de su área de producción. Espacio delimitado en el cual la comunidad humana construye a lo largo de su historia un saber hacer colectivo de producción, el terroir esta fundado sobre un sistema de interacción entre el entorno físico y orgánico y un conjunto de factores humanos. » Traducción propia. INAO (Institut National de l'Origine et de la Qualité). « L'Appellation d'Origine Protégée, l'Appellation d'Origine Contrôlée » 2016. Disponible en <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protégee-Appellation-d-origine-controlee>, fecha de última consulta : 07-05-2018.

⁷ « El vino, producto de la viña, los terroirs vitícolas pero también las cidras y peradas, bebidas espirituosas y las cervezas que provienen de las tradiciones locales forman parte del patrimonio cultural, gastronómico y paisajístico de Francia », traducción propia. Loi n°2014-1170 du 13 octobre 2014 d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt (1). París: Sénat, 2014. Artículo 22. pp./págs.. 22.

Estas preguntas y estos objetivos son necesarios para poder después de este estado de la cuestión seguir con la investigación.

La multitud de bibliografía en cuanto a ambos países (aunque se encuentra más bibliografía de parte francesa por la antigüedad de la tradición vitícola en el país) sobre el tema, nos obligó en el hecho de que había que seleccionar y enfocarse sobre determinados documentos, eligiendo estudios, documentos y artículos científicos que trataban de cerca o de lejos el problema expuesto por la investigación. Sin embargo, para la futura investigación, se tratará de abrir el campo de estudios porque muchos otros factores pueden ser sectores que influyen el patrimonio y la identidad cultural del vino como la economía, lo social o lo arquitectónico...

La metodología empleada para elegir la bibliografía se basa en estudiar a los autores y académicos que tratan el tema de la producción de vino desde un punto de vista patrimonial. Por mayoría, son investigadores, historiadores, profesores universitarios, enólogos pero también para la parte política políticos que se destacaron en este sector y que fueron los actores en esta construcción patrimonial e identitaria. Lo elegido para poder estudiar este caso será comenzar por el estudio de la historia vitivinícola de ambos países, seguida por las políticas que influyeron este patrimonio y al final, los nuevos retos enfrentados por el sector vitivinícola. Al principio se quería hacer una parte comparativa a cada final de capítulo, pero el estudio de la información, y las características destacadas hizo que se optara por hacer un estudio comparado en el mismo capítulo partiendo de una idea general, de la parte internacional. Tomando como ejemplo el capítulo 1, partiremos de la historia general del vino para después poder a lo largo de la cronología llegar a los países estudiados, investigarlos y compararlos. Desarrollaremos entonces la investigación de la siguiente manera.

Primero, se propondrá un marco conceptual, con los términos y conceptos que van a ser usados de manera frecuente para entonces entender el estudio y no confundir términos que pueden verse como sinónimos o parecidos, pero que al fin al cabo no lo son. Se optará por la definición de las palabras seleccionadas, que tienen la máxima relevancia para poder seguir investigando en el tema, y para que el lector pueda entender esta investigación y al mismo tiempo le sirva como guía para poder entender los objetivos de la misma. Esto es el primer paso importante en este trabajo para poder empezar la construcción de la investigación.

Como se ha dicho anteriormente, el capítulo 1 tratará de la historia del vino en general, con el afán de poder llegar en el camino de los países comparados. Efectivamente, se hará un contexto general hasta llegar al punto, al evento, a la crisis que « desarrolló » de manera potente las relaciones entre Francia y Chile en el sector del vino : es decir la crisis de la filoxera.

Por lo estudiado a lo largo del año, se puede añadir también, que por lo general la historia de un país está siempre interrelacionada a otro u otros países, en cualquier sector en el cual se sitúa. Tratará el estudio de la evolución del patrimonio y de la identidad vitivinícola a lo largo de la historia, y como el vino se impuso en estos dos países como un símbolo de identidad nacional. Con el fin de ser más precisos en la investigación haremos referencia a dos territorios especialmente relevantes en cuanto a producción vitivinícola en ambos países. Estas dos partes son la Región de Bordeaux para Francia y para Chile el Valle Central, donde se sitúa la capital Santiago. La elección de ambas tiene su explicación en el hecho de que contienen condiciones climáticas y de latitudes muy parecidas lo que hace de su comparación un aporte muy interesante para la investigación⁸.

En el capítulo 2, se estudiarán las políticas culturales y agrícolas, que son relevantes, y fueron capitales para la construcción de la identidad y el patrimonio cultural del vino en cada uno de los dos países. Se quiso estudiar las dos características, la cultural y la agrícola, porque en este sector el uno no va sin el otro, y que sin la legislación agrícola no se habría poder haber hecho nada en concreto, ya que es el sector que influye de primera fuente sobre la viticultura. A lo largo de la investigación, nos pudimos dar cuenta de que la legislación que contiene esta dos características es la denominación de origen. En efecto, aunque es desde un principio una legislación de carácter agrícola, la denominación de origen contiene una parte cultural, identitaria y patrimonial que demuestra un saber hacer, unas técnicas de viticultura presentes en una región, una parte de un país o claramente un país en su totalidad. En Francia, se puede señalar que tiene dos tipos de legislaciones siendo la nacional y la europea : l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC, nacional) y l'Appellation d'Origine Protégée (AOP, europea). En Chile, solo se tratará de la Denominación de Origen que es la legislación nacional. Aquí por ejemplo se nota una primera diferencia entre los dos países. Se quiere ver si ambos países

⁸ Gran parte de las viñas en estas dos regiones están plantadas entre 32° y 38° de latitud, y tienen condiciones climáticas parecidas, es decir un clima temperado de tipo mediterráneo. *Le Petit Larousse des Vins, découvrir, reconnaître, déguster*. Michel Dovaz, Mathilde Hulot, Georges Lepré, Valérie de Lescure, Martine Willemin, 2017. París : Larousse. pp./págs. 813.

tomaron el mismo camino con este producto teniendo desde el siglo XIX una historia en común, y cómo se influyeron o no en estas medidas legislativas culturales y agrícolas. Como en el primer capítulo, partiremos de la perspectiva internacional para después hacerle el enfoque a ambos países. Usaremos, para la parte internacional, el Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las Denominaciones de Origen⁹ y el Acta de Ginebra que lo modifica en 2015.

En el último capítulo, que será el capítulo 3, se estudiarán los nuevos retos a los cuales se enfrentan la identidad y el patrimonio cultural del vino. Efectivamente, últimamente el sector vitivinícola vio nuevos desafíos entrar en su camino como el desafío medioambiental y la aparición de los vinos orgánicos, pero también la importancia cada vez más grande de los lobbies del vino en el mercado internacional que hacen subir el precio del vino de manera exorbitante creando por ejemplo en la zona de Bordeaux la « Bordeaux wine bubble »¹⁰. Se tratará también de la subida de China en este sector que estaría « copiando » los vinos extranjeros y que se puede ver como amenaza para ambos países y para ambas identidades y patrimonios culturales del vino. Se cuestionarán también las denominaciones de orígenes, ¿Serán realmente una prueba de la calidad del producto? ¿No serán solo una campaña de marketing que ayuda a la compra de una « etiqueta »?¹¹ Este último capítulo será un estudio más crítico sobre el tema, ya que son situaciones que podrán ser profundizadas en una futura investigación y que como son eventos más recientes no disponen de tanta bibliografía como lo expuesto anteriormente. Se desarrollará en este capítulo y se intentará discernir si estos desafíos a los cuales se enfrenta hoy día el vino, son desafíos que se podrán superar en el caso que sean una amenaza para este mismo, o si al contrario son oportunidades para poder mejorar cada vez más este sector.

Para finalizar el trabajo, la conclusión se basará en las comparaciones, hechas en los dos primeros capítulos pero también se darán respuestas a las preguntas que se hacen en el tercer capítulo de los desafíos que se enfrentan al sector vitícola hoy en día. Se aclararán las dudas

⁹ De la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

¹⁰ Moore, Victoria. « The Bordeaux wine bubble is fizzing up, up and away », 2011. Disponible en : <https://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/wine/8564288/The-Bordeaux-wine-bubble-is-fizzing-up-up-and-away.html>, fecha de última consulta : 25-04-2018.

¹¹ En un programa televisivo francés « C'est dans l'air, Des bulles dans le vin (spéculatives) » del canal de televisión France 5, del 26 de abril de 2011, Périco Legasse, periodista y crítico gastronómico francés, explica que se compra el vino por su « etiqueta », es decir por la fama que tiene, el nombre de la marca y no más necesariamente por la calidad del año.

emitidas al principio de la investigación. Será una recopilación de lo analizado, pero también una puerta abierta a una futura investigación más profunda y más desarrollada que tendrá la función de analizar más ámbitos que pueden ser asociados a lo patrimonial y a lo identitario.

Marco Conceptual

Para poder entender esta siguiente investigación, era necesario poder explicar ciertos términos que a aparecer de forma repetida a lo largo del texto. Las definiciones que se les darán a los términos se desarrollarán a partir de la conceptualización realizada por los diferentes autores, lo que nos permitirá entender en cada momento a qué cuestiones estamos refiriéndonos cuando hablamos de « patrimonio cultural », « identidad » etc.

Cuando hablamos de Patrimonio cultural nos referimos a un término que junto con la identidad que se explicará más adelante, es esencial para poder entender el trabajo ya que es eso que se cuestiona a lo largo de la investigación para tener a la vista una mejor comprensión de los comportamientos de los dos países que son Francia y Chile en el sector vitivinícola. A la palabra patrimonio se le puede adjuntar varios términos como un patrimonio « gastronómico », « arquitectónico », « genético », « inmobiliario », y varias palabras más que no se citarán porque no forman parte de la investigación. Lo que se quiere estudiar acá es el patrimonio « cultural » un término que engloba a varios aspectos ya que la cultura es una palabra diversa y compleja. Entonces hay que tomar en cuenta, que será solo un aspecto del patrimonio lo que estudiaremos y esto no significa que es su única definición, tiene otras varias pero que no tienen relevancia en el estudio. Primero tomaremos una definición de diccionario para después poder ir más allá en el desarrollo de la explicación de la palabra y ver si se encuentran diferencias y similitudes en las numerosas explicaciones.

En el diccionario Le Robert, *Le Dictionnaire culturel en langue française*¹², podemos ver varias definiciones de la palabra patrimonio. Sin embargo, la que nos interesa es la siguiente porque incluye lo cultural : « Lo que es considerado como un bien propio, como una propiedad transmitida por los antepasados. El patrimonio de la humanidad. »¹³ que se precisa en una explicación de la definición « Conjunto de las riquezas culturales acumuladas (por una nación, una región, una ciudad...) y que están valorizadas por la sociedad. El patrimonio artístico, arqueológico, cultural de un país. El año del patrimonio. - El patrimonio mundial de

¹² *Le Robert, dictionnaire culturel en langue française*. Alain Rey, dir. 2005. París : Le Robert-Sejer. s.v. « Patrimoine ».

¹³ « Ce qui est considéré comme un bien propre, comme une propriété transmise par les ancêtres », traducción propia.

Humanidad.»¹⁴. Siguiendo esta definición y aplicándolo al vino, podremos decir entonces que el patrimonio cultural vitivinícola significa que el vino que es una riqueza cultural, valorizada por la sociedad. Esta definición se puede matizar un poco más.

Efectivamente, en su artículo « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile », Gonzalo Rojas explica lo siguiente : « el patrimonio cultural es aquel conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que han sido heredados por una nación determinada en conjunto con aquellos que van siendo erigidos y que serán adquiridos por las futuras generaciones, donde es el conjunto social en su amplia mayoría la que reconoce en dicho patrimonio una excepcional relevancia estética, simbólica e histórica »¹⁵. Sigue los pasos de la definición de Le Robert pero añadiéndole a este patrimonio valores como lo simbólico, lo estético pero también lo histórico pero este último podía ser entendido implícitamente en la primera definición. Junto a esta precisión de valores, él hace la diferencia entre los bienes materiales e inmateriales, ya que no solo se considera como patrimonio cultural un monumento, sitios arqueológicos sino que también los bienes inmateriales, intangibles como el arte, la música, la poesía, un aspecto que no se había explicitado claramente en la primera explicación. Y todavía se le puede dar un toque de precisión más.

Efectivamente, en su definición del patrimonio cultural la UNESCO¹⁶ especifica aún más la significación de los bienes materiales dividiéndolos en varias categorías : el patrimonio cultural mobiliario (pinturas, esculturas, monedas, instrumentos de música, armas, manuscritos), el patrimonio cultural inmobiliario (monumentos, sitios arqueológicos), y una tercera categoría, el patrimonio cultural subacuático (pecios de navíos, ruinas y sitios que se encuentran bajo el agua) . Podemos decir entonces que este patrimonio tiene un peso histórico importante, y que es un actor que influye el futuro, y es la razón de que iniciáramos esta investigación realizando una breve historia de este patrimonio vitivinícola. Entonces ¿Cómo

¹⁴ « Ensemble des richesses culturelles accumulées (par une nation, une région, une ville...) et qui sont valorisées par la société. *Le patrimoine artistique, archéologique, culturel d'un pays. L'année du patrimoine.- Le patrimoine mondial de l'humanité.* » Traducción propia.

¹⁵ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°4, 2015, pp./págs 88-105.

¹⁶ Organización de las Naciones Unidas para las Ciencias, la Educación y la Cultura. « Qu'entend-t-on par « Patrimoine culturel »? Disponible en : <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/>, fecha de última consulta : 25-04-2018.

se puede considerar el vino? ¿Un bien material? Esto en verdad podría ser lo más lógico, ya que el vino es un producto que se puede tocar, sentir, oler, probar. Pero en otro sentido podemos decir que es un bien inmaterial, porque el vino es una forma de arte, algo de lo cual a la gente le gusta hablar, que le gusta estudiar y analizar¹⁷. Es una forma de ver el mundo de manera diferente, es el símbolo de una identidad para los países que estudiaremos a continuación. Podemos decir entonces que el vino es un producto doble, a su vez material e inmaterial.

Por otra parte, la Identidad cultural la entendemos como una palabra que tiene múltiples sentidos como su complemento, a la cual se le puede agregar múltiples conceptos. Lo que se quiere desarrollar aquí es su parte cultural, que es lo que nos interesa en esta investigación. Podemos decir, primeramente, que en este contexto, que se puede aparentar a la identidad nacional, porque el vino puede considerarse a la vez como un producto cultural pero también que representa la identidad del país al cual el pertenece.

En el diccionario citado precedentemente, Le Robert, podemos ver primero que explican lo que es la palabra « identidad », y es lo siguiente : « Carácter de dos objetos de pensamiento idéntico. Identidad cualitativa o específica (filosofía) > similitud. Identidad perfecta entre dos cosas. La identidad de una cosa con una otra, de una cosa et de una otra. La identidad de espíritu, de gustos entre dos seres. > acuerdo, comunidad. »¹⁸ Esta primera parte de la definición de la palabra identidad demuestra ya unas de sus primeras fases : la similitud, esta similitud que une a una persona con otra. Entonces ¿el vino podría ser un objeto que una los habitantes de un país? Seguimos viendo el resto de la definición. En un segundo apartado, el diccionario pone en relieve la definición de la expresión « identidad cultural », y dice lo siguiente : « Identidad cultural : conjunto de rasgos culturales propios a un grupo étnico (idioma, religión, arte, etc.) que le confiere su individualidad; sentimiento de pertenencia de un individuo a ese grupo. »¹⁹. Esta precisión en la definición nos muestra que la identidad

¹⁷ McCarthy, Robert; Ewing-Mulligan Mary y Beaumard Éric. *Le Vin pour les nuls*. París: Éditions First, 2017.

¹⁸ « Caractère de deux objets de pensée identique. *Identité qualitative ou spécifique* (philos.) > similitude. *Identité parfait entre deux choses. L'identité d'une chose avec une autre, d'une chose et d'une autre. Identité d'esprit, de goûts entre deux êtres.* > accord, communauté. » Traducción propia. *Le Robert, dictionnaire culturel en langue française*. Alain Rey, dir. 2005. París : Le Robert-Sejer. s.v. « Identité ».

¹⁹ « *Identité culturelle* : ensemble de traits culturels propres à un groupe ethnique (langue, religion, art, etc.) qui lui confère un sentiment d'appartenance d'un individu à ce groupe ». Traducción propia.

cultural al unir un grupo con estos « rasgos culturales » lo hace único en su entidad. Eso si podemos decir entonces que el vino es un símbolo de la cultura que une a las personas y que hace de este grupo, un grupo único, teniendo obviamente muy presente en la mente que este producto no solo pertenece a un solo país sino que a varios. Aunque veremos más adelante, que Francia y Chile comparten una cantidad infinita de cepas, lo que se podría llegar a pensar que quizás tengan una identidad cultural en el sector vitivinícola parecida. La identidad cultural es una creación y, por tanto puede depender de las cepas, de la historia, de la gastronomía o de aquellas características que en el tiempo y el espacio se identifican como propias. Al ser una invención, será entonces cambiante en el tiempo.

Gonzalo Rojas, en su artículo citado anteriormente en la definición del patrimonio, trata también de una definición de la identidad cultural. Primero explica que en las últimas décadas, varios especialistas se interesaron a este concepto que es « ilustrado como el conjunto tradicional de valores, conductas, creencias y símbolos al interior de un sistema social que actúa como argamasa entre los individuos que le componen. ». Lo que agrega esta definición de Rojas, es la palabra « tradición ». Efectivamente, esta palabra tiene un sentido y un peso muy importante en esta definición, demostrando una anterioridad y una simbólica histórica que tiene la identidad cultural.

En efecto, la identidad cultural es un concepto que no se ha creado de la noche a la mañana. Se ha ido construyendo, y un símbolo que representa a una entidad, un grupo, un país. La identidad cultural del vino de ambos países que estudiará a lo largo de la investigación, proviene de una « tradición » histórica que se construyó durante 2000 años por la parte francesa, y 600 años por la parte chilena. No se habla de llegar y en dos días crear una identidad cultural, esto es un trabajo y una construcción paulatina y larga.

Aparte de las palabras patrimonio e identidad cultural, que son las palabras claves del trabajo, se quiere también hacer la diferencia entre viticultura, vinicultura y vitivinicultura. Estos tres términos, que van a ser usados a lo largo del trabajo también, son términos que requieren una explicación, ya que lo más común que se podría pensar es que estos términos son los mismos y que tienen la misma significación. Se efectuarán para estas palabras definiciones de los términos y no necesariamente un análisis intensivo, ya que es solo un proceso para que se pueda entender mejor la investigación sin que haya tanta información que retener. La

pregunta será la siguiente, ¿cuál de los términos hay que usar ? A partir de las definiciones encontradas y usadas, veremos si es necesario elegir un término o si se pueden usar todos.

Viticultura :

El término viticultura proviene del latín *vitis vinifera*: la viña que produce el vino y de *cultura*: el cuidado que se le da a la tierra. Entonces como su etimología latina lo explica, y como hemos estudiado en varios diccionarios y definiciones en el sector del vino, la viticultura es la cultura de la viña, es decir la producción de la uva antes de su transformación. Es una actividad agrícola cuya meta es cultivar la viña para producir uva. Existen varios tipos de viticultura : la viticultura biodinámica que es una viticultura biológica basada sobre las ideas del filósofo austriaco Rudolph Steiner, que usa un conjunto de técnicas naturales para dinamizar la viña y permitirle resistir a varias enfermedades; la viticultura biológica que es una técnica de viticultura que excluye el entero uso de insecticidas o pesticidas, para producir la uva; y la viticultura razonada que es una viticultura basada sobre los principios de la agricultura razonada que consiste en un tratamiento puntual y caso por caso parcelas de viñas en función de las enfermedades que tienen. Son tratamientos que son curativos y no preventivos. Acá la expresión « mejor prevenir que curar » no se aplica²⁰.

Vinicultura :

El término vinicultura proviene del latín *vinum*: el vino y *cultura*: el cuidado que se le da a la tierra. Podemos decir entonces que la vinicultura es el proceso que se hace después de la viticultura, es decir el tratamiento que se le hace a la uva para se convierta en vino, pero podemos citar también los procesos posterior a la producción de este vino es decir la vinificación, la comercialización, la degustación. Por ejemplo, un negociante criador, que compra vino para hacer un vino mezcla, terminar la crianza, y vender una marca, ejerce una actividad vinícola y no vitícola.²¹

²⁰ *Le Robert, dictionnaire culturel en langue française*. Alain Rey, dir. 2005. París: Le Robert-Sejer. s.v. « viticulture » ; Sabourin, Alexis. « Viticole vs vinicole : lequel employer ? » 2012. Disponible en: <https://www.lamaisongirondine.fr/blog/viticole-vs-vinicole-lequel-employer--n4180.html>, fecha de última consulta 04-05-2018.

²¹ *Le Robert, dictionnaire culturel en langue française*. Alain Rey, dir.2005. París: Le Robert-Sejer. s.v. « vinicole », « vinification ».

Vitivinicultura :

Como se puede ver en la construcción de la palabra, es una mezcla entre los dos términos definidos anteriormente. Entonces podemos decir que la vitivinicultura es el conjunto de actividades que cubren la viticultura y la vinicultura. Hoy en día, es un término que se usa mucho más seguido que las dos palabras anteriores, porque es más práctico ya que cubre las dos áreas. Por ejemplo, se evocarán los aspectos jurídicos o económicos del área vitivinícola.

Como lo pudimos ver explicando estos tres términos, son términos que evocan el área del vino a su manera y que pueden ser complicados de discernir el uno del otro cuando se trata de los dos primeros términos. Para este estudio que cubre las dos cosas al mismo tiempo podemos decir que como se hace hoy en día se usará principalmente la palabra vitivinícola o vitivinicultura. Pero claramente las dos primeras palabras son palabras claves que usarán también teniendo en cuenta la diferencia que existe entre ambas.

Capítulo 1 : Historia del vino en Francia y en Chile: ¿Una historia en común?, un estado de la cuestión:

En este primer capítulo, se requiere estudiar la historia que tienen estos países con el vino y como se construyó a lo largo del tiempo. Era, según la apreciación de la autora, esencial hacer este trabajo histórico para poder entender lo que está sucediendo hoy en día, porque no es un proceso que llegó de la noche a la mañana, es un proceso que se construyó de años en años, siglos en siglos de manera paulatina. Podemos decir que estos países elegidos tuvieron tiempos de procesos diferentes, pero la ventaja que tenía Chile es que pudo beneficiar de la experiencia de los dos países que tuvieron influencia en su construcción del patrimonio y de la identidad vitivinícola, es decir principalmente Francia y España. Lo que a lo mejor saldrá viendo el título de este capítulo será la pregunta siguiente : ¿ por qué la historia del vino? ¿por qué la historia de una bebida alcohólica? Esto son los estereotipos y el encasillamiento que se le hace al vino como con leyes como la Ley Evin²² que define el vino como una simple bebida alcohólica. Lo que no demuestra esta ley, es el contexto en el cual se construyó la cultura del vino : los hombres, las mujeres, el « terroir ». En el siglo I, Babrius un fabulista griego, decía lo siguiente « él que conoce la historia del vino conoce la historia del mundo »²³, lo que nos demuestra una importancia primordial de conocer esta historia del vino que es también la historia de la humanidad. Para poder embarcar este capítulo trataremos de la historia del vino en general, enfocándonos en los dos países de estudio.

Al principio se quería hacer una historia separada de los dos países y hacer una comparación para poder destacar y analizar las diferencias y similitudes entre ambos países. Pero esta manera de abordar el tema se demostró poco investigativa y no se aprovechaba al cien por cien de la información. Entonces a lo largo de la investigación se decidió hacer un recorrido

²² La ley Evin (Loi Evin) es una ley francesa de salud pública que enmarca la consumición de tabaco y de alcohol. Fue promulgada en el gobierno de Michel Rocard (Primer Ministro de François Mitterrand) en enero 1991. Para la parte del alcohol la ley enmarca la publicidad para el alcohol, pero no lo prohíbe. La publicidad está autorizada en los carteles, la prensa escrita, las fiestas, las ferias, en internet con la mención « l'abus d'alcool est dangereux pour la santé » : el abuso de alcohol es malo para la salud.

Sin embargo, la publicidad para el alcohol está prohibida en los lugares deportivos o en manifestaciones destinadas a los jóvenes. No se permite tampoco publicidad en la tele o en el cine; Gautreau, Émilie. « Expliquez-nous... la loi Evin » 2015. Disponible en : https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/expliquez-nous/expliquez-nous-la-loi-evin_1780091.html, fecha de última consulta : 04-05-2018.

²³ Xaé, Sébastien. « Portrait #6 : Jacques Legros, journaliste et... entrepreneur dans le vin ! » 2014. Disponible en : <http://rendez-vous-en-terroir-inconnu.com/portrait-6-jacques-legros/>, fecha de última consulta : 04-05-2018.

cronológico, enfocando en el punto de inflexión en el cual los dos países se encontrarán, es decir en el siglo XIX cuando ambos países, y sobre todo Francia y Estados Unidos se enfrentaron a la crisis de la filoxera destruyó más de la mitad de sus viñedos. Este momento como forma parte de unos de los eventos más importante y destacado en la historia del vino, es también de grande importancia en la relación franco-chilena. Obviamente ya se había visto la presencia de especialistas franceses en Chile, como Claudio Gay, naturalista e historiador francés, llegado ahí para hacer clases y después contratado por el Gobierno chileno para recorrer el país durante tres años para censar todos los recursos naturales presentes en el país²⁴.

Para poder también empezar de hablar de la legislación que desarrollaremos en el capítulo 2, veremos como las denominaciones de origen aparecieron en el mundo del vino y como evolucionaron a lo largo de la historia. Este marco legislativo es más que necesario y saber de su historia también para poder saber cómo el marco legislativo está actuando hoy en día.

Últimamente en Chile, con la subida de un sentimiento de patrimonio y de identidad cultural, luchan dos patrimonios : el francés y el español. Efectivamente, estos dos patrimonios son patrimonios fuertes, importantes que fueron los que desarrollaron la actividad vitícola en Chile en décadas diferentes pero que a su manera fueron los precursores de una nueva identidad chilena. Son dos identidades y patrimonios contra los cuales tuvo que « luchar » para poder afirmarse como una identidad potente, y demostrar que le es propia. Este estudio de la historia del vino chileno es indispensable para poder entender la nueva identidad y patrimonio cultural que se desarrolla en la últimas de décadas en Chile porque la historia es el cimiento, es la base de cada identidad de un país, de cada patrimonio estatal. Lo que nos interesa también en este estudio de su historia las etapas, los logros, las dificultades por las cuales Chile tuvo que pasar.

Como lo dijimos precedentemente, la historia de Chile con el vino empieza con la llegada de los colonos en América del Sur. Obviamente antes de la colonia existían bebidas alcohólicas que se parecían al vino hechas por los pueblos indígenas como el aguardiente o la chicha²⁵.

²⁴ Memoria chilena, biblioteca nacional de Chile. « Claudio Gay (1800-1873) ». Disponible en: <http://www.memoriachilena.cl/602/w3-article-571.html>, fecha de última consulta: 14-05-2018.

²⁵ *Chile* : Bebida que se obtiene de la fermentación del jugo de la uva o de la manzana. Se precisa que es la definición chilena porque existen otros tipos de chichas en otros países como Perú por ejemplo. Definición

Como lo pudimos notar en el libro de José del Pozo, *La Historia del Vino chileno*, en el capítulo 2 cuyo uno de sus apartados se llama « La influencia de la viticultura francesa y la importación de la cepas francesas a Chile », el autor se empeña en profundizar la influencia que tuvo Francia en Chile después del periodo colonial y de la independencia del país, lo que demuestra un vínculo significativo entre ambos países en sus historias respectivas ya que esta relatado en la historia misma del vino de Chile.

Este libro de José del Pozo, es un libro de referencia para la historia del vino chileno, porque no se encuentra tanta bibliografía sobre este tema. Fue editado en 1998, y fue reeditado en 2014. ¿Por qué del Pozo reedito este libro? En 1998, como lo narra en la introducción no disponía de tanta bibliografía, y por eso lo costó tantos años de construcción del trabajo desde 1992. La reedición de

2014 cuenta con una división nueva, pero también más información ya que pasaron demás cosas estos últimos años que eran importantes para el desarrollo de la actividad vitivinícola. Nos atrevemos a decir que es una obra de referencia porque esta citada en varias obras, trabajos de autores, catedráticos, profesionales, profesores especialistas en el sector del vino. Por ejemplo, lo podemos ver citado en los trabajos de Pablo Lacoste²⁶, Gonzalo Rojas²⁷... Podemos decir también que es un trabajo esencial por el hecho de que nos ayudó en encontrar bibliografía, no tan solo para la parte chilena, sino que también para el lado francés, lo que demuestra aún más que estos países tienen historias en común y que se influyen.

A la diferencia de la historia del vino chileno, cuando se trata de historia del vino francés, se encuentra una « multitud » de bibliografía enfocada en todos los sectores al cual se refiere el vino. El sector económico, cultural, científico, agrícola... y puedo seguir la lista sin parar. Francia es un país de vino, ese país que tiene una de las tasas más elevada de consumición

extraída del Diccionario de Lengua Española de la Real Academia Española, Disponible en : <http://dle.rae.es/?id=8iTLiDO|8iTzLVT|8iUgK59>, fecha de última consulta el : 23-04-2018.

²⁶ Lacoste, P., Jiménez Cabrera, D., Briones Quiroz, F., Castro San Carlos, A., Rendón Zapata, B., & Jeffs Munizaga, J. (2014). Burdeos de Talca y Champagne de Mendoza: Denominaciones de Origen y contaminación identitaria de vinos en Argentina y Chile. *Mundo Agrario*, vol. 15, no29. Recuperado de <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv15n29a08>

²⁷ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, Vol 2, n°4, 2015, 88-105

de vino por habitante²⁸. La relación que entretiene Francia con el vino es una relación tan rica que esto es una fuente de inspiración para varios países, y en particular países como Chile. Obviamente, frente a esta multitud de bibliografía se quiso seleccionar los catedráticos, profesionales, profesores más citados en el sector y los que tienen más relevancia. Se quiso ver, a lo largo de la investigación, ¿cuáles fueron las prerrogativas que ayudaron a la construcción del patrimonio y de la identidad vitivinícola a lo largo de la historia? Y ¿cuáles fueron los actores claves de esta construcción? Obviamente, esta construcción no fue una construcción de todo reposo, no fue « un long fleuve tranquille »²⁹. Fruto de 2000 años de tradición, el vino francés paso por varios altibajos hasta poder ser uno de los líderes en el sector vitivinícola. Era bien evidente, como para el caso chileno, que hacer un estado de la cuestión sobre la historia del vino francés era indispensable para entender los procesos que afectan el patrimonio y la identidad vitivinícola hoy en día.

1.1. La historia del vino o como el vino llego en Francia y en Chile :

Anteriormente, explicamos el hecho de que queríamos en un primer apartado del capítulo explicar el comienzo de la historia del vino para entender como llego en los países estudiados y como después se desarrolló hasta su encuentro en el siglo XIX. ¿Cuándo empezó a desarrollarse el vino? ¿De qué forma se desarrolló? Y obviamente la pregunta más importante: ¿cómo llego en Francia y en Chile?

Cuando se trata de la historia, los estereotipos pueden dejar decir a la gente que apareció en Francia hace dos mil años. Muchos autores coinciden en el hecho de que la historia del vino es tan antigua que puede parecerse a la historia del mundo. Lo que se destaca también en todos los estudios leídos para recopilar la información sobre la historia del vino, nos dimos cuenta que hay un gran tendencia al eurocentrismo que demuestra una voluntad de demostrar la potencia que tuvo Europa en la historia del vino y en la historia en general al final cabo.

No se sabe de forma segura, pero varios estudios y académicos explican que la primera viña se encontró en Mesopotamia y en el Valle del Nilo 2500 años antes Cristo es decir 2500 años

²⁸ Vinocratie. « La consommation de vin dans le monde et dans les régions françaises » 2018. Disponible en: <https://www.bonial.fr/info/vinocratie/> fecha de última consulta: 22-06-2018.

²⁹ « un largo río tranquilo ». Esta expresión hace referencia a la película *La vie est un long fleuve tranquille* dirigido por Etienne Chatiliez estrenado en 1988. Quiere decir en su forma positiva, que la vida se desarrolla de manera simple, tranquila.

antes que la Región de Burdeos conozca el vino. El cultivo de la vid es un cultivo que se ha perpetuado con los años y que transmitió de los Griegos a los Romanos³⁰. Pierre Salles relata que el vino para estos últimos ya tenía un valor simbólico muy importante y para ilustrar su argumento usa la frase de Plinio el Viejo que habla del vino en estos términos: « Je vais parler de la vigne avec la gravité qui convient à un Romain lorsqu'il traite des arts et des sciences »³¹. Es más, añade este último, que el vino tiene una importancia hasta mitológica para estos pueblos ya que tienen un dios del vino: Dionisio y Baco³² ». Aquí parece ya una primera herencia que demuestra un empiezo de construcción de una identidad y de un patrimonio para el vino, y sobre todo muestra que el vino ha sido desde el principio una bebida simbólica e importante. Entonces ¿cual fue el paso que hizo que llegase el vino a Francia? Johnson y Salles explican en sus respectivas historia del vino que el vino llego a Francia cuando era todavía la Galia.

Efectivamente, era para los Romanos una manera como otra de colonizar un país pero también una manera de intercambiar esclavos, como lo explica Diodore de Sicilia citado por Roger Dion: « Le naturel cupide de beaucoup de marchands romains exploite la passion du vin qu'ont les Gaulois. Sur des bateaux qui suivent les cours d'eau navigables ou sur des chariots qui par les plaines, ils transportent leurs vins dont ils tirent des bénéfices incroyables, allant jusqu'à troquer une amphore de vin contre un esclave »³³.

Llegaron primeramente a Masilia hasta colonizar toda la Galia. Hay que precisar que como en Chile, existía ya en Galia una bebida típica que era la cerveza (cervoise).

³⁰ Salles, Pierre. « Les origines ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pp./págs 6-38.

³¹ « Voy a hablar de la viña con la gravedad que le conviene a un Romano cuando habla de artes y de ciencias », traducción propia, citado por Roger Dion en *Histoire de la vigne et du vin en France des origines au XIXe siècle*, Clavreuil, 1959.

³² « La mythologie et la poésie en témoignent aussi avec éloquence. Les Grecs et les Latins ont même chacun inventé leur dieu du Vin : Dionysos et Bacchus », Salles, Pierre. « Les origines ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pp./págs 6-38.

³³ « La codiciosa naturalidad de muchos comerciantes romanos explota la pasión del vino que tienen los Galos. Sobre barcos que siguen los cursos de agua navegables o sobre carritos que rodean por los valles, transportan sus vinos de los cuales sacan ganancias increíbles, y van hasta intercambiar una ánfora de vino (28 litros) en contra de un esclavo », traducción propia, citado por Roger Dion, *Histoire de la vigne et du vin en France des origines au XIXe siècle*.

Cuando se trata de la Región de Burdeos las primeras viñas llegaron en 80 después de Cristo como lo subraya la Académie du Vin de Bordeaux³⁴ o Pierre Salles: « Curieusement l'histoire du vin de Bordeaux commence vers le début de notre ère par le passage de chargements d'amphores descendant au fil de l'eau depuis Narbonne »³⁵. ¿Cuál fue el desarrollo de esta región?

El verdadero impulso que se dio para el vino de Burdeos fue la llegada de Leonor de Aquitania, en 1137, convirtiéndose en la esposa del rey de entonces Luis VII. Después de la caída del Imperio Romano, la viticultura se convirtió en el negocio de los sacerdotes³⁶. En efecto, en la Edad Media, « el obispo tomo de alguna manera el puesto de emperador romano, porque después de la destrucción del imperio se convirtió en el primer personaje de la Cité. Fue también el primer viñatero »³⁷. Lo que Leonor de Aquitania logro hacer es el fomento del comercio vitivinícola de la Región Burdeos abriendo las puertas de Inglaterra y haciendo que no se gravarán los vinos pero también aceptó la construcción un puerto en la ciudad de la Rochelle. Es más, los Bordolese obtienen de Leonor que « termine con los privilegios feudales lo que liberalizó la viticultura local »³⁸. Es gracias a esta reina extranjera que la Región de Burdeos logro su primer reconocimiento internacional y convalidar la identidad de su vino. De hecho esta viticultura será una viticultura que será la misma hasta la crisis de la filoxera³⁹.

Lo que se puede ver acá cuando se trata de la historia del vino en Francia es que acompaña el relato del mundo y es por eso que tiene un patrimonio tan intenso y desarrollado. Ahora bien.

³⁴ « L'apparition de la vigne dans notre région remonte au premier siècle de notre ère lorsque les Bituriges vivisques, une peuplade de guerriers celtiques, décident de planter leur propre vignoble avec un nouveau cépage plus résistant au froid, le Biturica, ancêtre des cépages Cabernets ». Académie du Vin de Bordeaux. « Histoire du vin de Bordeaux ». Disponible en: <http://academie.vins-bordeaux.fr/academie/histoire-vins-de-bordeaux/>, fecha de última consulta: 22-06-2018.

³⁵ « Curiosamente la historia del vino de Burdeos empezó hacia el comienzo de nuestra era por el pasaje de cargamentos de ánforas bajando por el agua desde Narbona », traducción propia.. Salles, Pierre. « Les origines ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pp./págs 6-38

³⁶ Ibid.

³⁷ « L'évêque prit en quelque sorte la place de l'empereur romain, car suite à la carence romaine il était devenu le premier personnage de la Cité. Il en fut aussi le premier viticulteur », traducción propia. Ibid.

³⁸ « Ils obtiennent del a vieille reine Aliénor qu'elle abolisse les privilèges féodaux, et de cette manière libère la viticulture locale ». Salles, Pierre. « Les vignobles au Moyen Âge ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pp./págs 40-96.

³⁹ ». Salles, Pierre. « Vers la Viticulture contemporaine ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pp./págs 128-145.

¿Cuál es la situación del otro país estudiado? ¿Cómo llegó el vino en Chile? ¿Cómo se desarrollaron esta identidad y este patrimonio?

Anteriormente, se emitió el hecho de que el vino había llegado en contexto colonizador como ocurrió en Francia. Efectivamente, son los españoles que implantaron las viñas en Chile. Por lo explicado por del Pozo la presencia del vino no apareció antes en América Latina porque había una real ausencia de la *vitis vinifera*, la viña que produce uvas para la producción de vinos, en el continente⁴⁰.

A lo largo de la colonización española, el Valle Central fue el real símbolo de la construcción de la identidad chilena (contrariamente a la región de Burdeos que se vio implementado después del resto del país) siendo « el principal elemento modelador del paisaje cultural »⁴¹

Como lo explica, hasta terminar la época colonial « el desarrollo de la vitivinicultura había marcado notables diferencias entre la sociedad chilena y el resto de de las sociedades hispanoamericanas principalmente en torno a la temprana aparición del pequeño propietario libre »⁴² que hace claramente pensar en el mismo contexto en el desarrollo de la industria local de la Región de Burdeos en la Edad Media, después de la abolición de los privilegios feudales. Efectivamente, después de la llegada de Leonor de Aquitania, se perpetuó una tradición que hizo que los viñateros locales, que eran burgueses, pudiesen desarrollar su viñedo y llegar a tener reconocimiento nacional e internacional, por la calidad de sus vinos. Lograron de hecho en este periodo alcanzar las mesas inglesas ya que gracias a su lealtad durante las Guerras de Guyenne a Inglaterra, recibieron como « recompensa » el reconocimiento de sus vinos en el mundo real inglés⁴³.

⁴⁰ « En parte se puede explicar por la ausencia en muchos países, especialmente en América del Sur, de la *vitis vinifera*, la planta que da la uva », Del Pozo, José. « El vino antes de 1850 ». *La historia del vino chileno*. Santiago: LOM Ediciones, 2013. Pp.17-58.

⁴¹ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, Vol 2, n°4, 2015, pp. 88-105.

⁴³ « En plus de la qualité de leurs vins, les Bordelais surent tirer partie deux guerres menées contre la Guyenne: l'une en 1205-1206 par le roi de Castille. Alphonse VIII et l'autre en 1224 par le roi de France Louis VIII. En étant loyaux au roi d'Angleterre, ils reçurent en retour l'estime royale et leurs vins arrivèrent enfin sur le marché britannique ». Salles, Pierre. « Les vignobles au Moyen Âge ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pp. 40-96.

Como en la Región de Burdeos, la consolidación del puerto de Valparaíso hizo que se desarrolle aún más el sector vitivinícola y su identidad internacionalmente. Y después de la independencia, como lo relata del Pozo las ciudades de Santiago y de Valparaíso tomarán una gran importancia en el sector ya que esto hizo que llegarán demás comerciantes del Viejo mundo y que hizo que el vino y las viñas francesas empezaron a desarrollarse en estas tierras latinas⁴⁴.

Al principio del siglo XIX, como lo explica Pierre Salles, Francia esta en un periodo de bonanza ya que produjo una cantidad de vino que nunca había sido igualada⁴⁵. Efectivamente, cuando se trata de cifras, el número de exportaciones anuales llego a un valor de 32 368 000 francos en 1808 algo que no había sucedido antes⁴⁶. Pero la llegada de la filoxera fue a la vez un evento que toco Francia pero también el viñedo internacional con tan intensidad que no dejo este sector sin secuelas después de su pasaje.

1.2. El siglo XIX y la crisis de la filoxera: el punto de inflexión en el mundo del vino pero también en la relación franco-chilena:

En el sector del vino cuando hablamos del siglo XIX, la primera cosa que viene directamente a la mente es lo siguiente: crisis de la filoxera. Efectivamente, esta crisis fue el mayor evento que se desarrolló en este siglo y que toco a casi todos los viñedos internacionales. En cada historia del vino que leímos para la investigación siempre hay un capítulo o un apartado dedicado a esa crisis. Eso si hay una diferencia significativa cuando se trata de los dos países estudiados. Mientras que la filoxera destruyó casi la totalidad del viñedo francés, destruyendo años y siglos de emprendimiento y de construcción de un patrimonio y de una identidad vitivinícola, en Chile la crisis no logro llegar. ¿Cuál es la razón de la salvación de Chile de la filoxera? Como lo explica del Pozo en su libro, en 1874 se prohibió la importación de viñas francesas pero después de importar cualquier cepa que sea extranjera pero estas no fueron realmente respetadas y finalmente, según él es « la suerte que ayudo a los viñateros chilenos: quizá el medio geográfico y la distancia influyeron para que la temida enfermedad llegará al

⁴⁴ Del Pozo, José. « De la colonia a las primeras décadas después de la Independencia: más continuidad que rupturas ». *La historia del vino chileno*. Santiago: LOM Ediciones, 2013. Pp. 97-175.

⁴⁵ « Au tout début du XIX ème siècle, la viticulture atteint des sommets; elle a produit une variété de vins qu'aucune nation n'a pu égaler ». Salles, Pierre. « La viticulture française à la veille du phylloxera ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pág. 128.

⁴⁶ Garrier, Gilbert. *Histoire sociale et culturelle du vin*. París: Bordas, 1995.

país»⁴⁷. Katrina Müller, ingeniero agrónomo de la Universidad de Chile explica que la filoxera no existe en Chile y que la presencia de ataque de hongos en el país es muy bajo⁴⁸, algo esencial para la producción de vino que siempre teme las enfermedades y la pérdida de la cosecha.

De forma muy repetitiva se enuncia que la historia del vino entre Francia y Chile es una historia que empezó en el siglo XIX con la crisis de la filoxera, con la importación de injertos de cepas francesas por Silvestre Ochagavía llamado el « iniciador del movimiento » en 1850, como en el documento de Katrina Müller⁴⁹, *Chile vitivinícola en pocas palabras*, donde explica que « el aristócrata y empresario Silvestre Ochagavía, en 1854, importó las principales variedades europeas, entre ellas Cabernet Sauvignon, Sauvignon Blanc, Semillón, Pinot Noir y Riesling »⁵⁰. Lo que destaca José del Pozo en su historia de vino chileno es que esta afirmación que está presente desde hace muchos años no es justa. Efectivamente, él explica que la viña francesa llega en Chile en 1845, citando el libro de Jean Pierre Blancpain que trata de los franceses en Chile⁵¹, que las primeras viñas francesas gracias a un francés llamado Nourrichet⁵² que las implantó en el viñedo de otro francés llamado Vigoroux, propietario de la viña la Luisa⁵³. ¿Por qué entonces se destaca más a Ochagavía como él que implanto la viña francesa en Chile?

⁴⁷ Del Pozo, José. « De 1880 a 1938: de la era de expansión a la crisis ». *La historia del vino chileno*. Santiago: LOM Ediciones, 2013. Pp.97-175.

⁴⁸ Müller, Katrina. « Chile vitivinícola en pocas palabras », 2004. Disponible en: <http://www.gie.uchile.cl/pdf/Katrina%20Muller/Chile%20Vitivin%EDcola%20en%20pocas%20palabras.pdf>, fecha de última consulta: 21-06-2018.

⁴⁹ Ingeniero Agrónomo de la Facultad de Ciencias Agronómicas del Departamento de Agroindustria y Enología de la Universidad de Chile.

⁵⁰ Müller, Katrina. « Chile vitivinícola en pocas palabras », 2004. Disponible en: <http://www.gie.uchile.cl/pdf/Katrina%20Muller/Chile%20Vitivin%EDcola%20en%20pocas%20palabras.pdf>, fecha de última consulta: 21-06-2018.

⁵¹ Blancpain, Jean Pierre. « Vitivinicultores y colonos franceses ». *Francia y los franceses en Chile*. Editado por: Hachette, 211-247. Santiago: Hachette, 1987. Pp.211-247

⁵² No se sabe muy bien quien es ese hombre, ya que hasta el mismo Blancpain lo llama como « un tal » Nourrichet.

⁵³ « La primera viña francesa en Chile, llamada *La Luisa*, solo fue plantada en 1845, por un tal Nourrichet, en la chacra Vigoroux, incorporada a la Quinta Normal de Agricultura ». Ibid. Pág 213

El mérito que tuvo él es que trajo técnicos franceses junto a Claudio Gay⁵⁴ para poder reorganizar la viña en Chile que fue un paso monumental para el desarrollo de la viticultura moderna. A lo largo de la lectura de muchos documentos pudimos ver que finalmente, las políticas de apoyo o de desarrollo del vino se hicieron de un país al otro y muy poco en el otro sentido. En efecto, cuando se trata de la relación entre ambos Francia tuvo más influencia en Chile que Chile sobre Francia. Un comentario de Blancpain en su libro nos demuestra que no ayuda menor ya que los franceses que llegaron a Chile en el siglo XIX se quedaron por lo general y se nacionalizaron: « Todo se lo debe al trabajo del hombre y marca con su sello los países que hace suyos. Venidos de regiones en que ella es contemporánea de los primeros tiempos de su historia, los franceses que se hacen chilenos en 1840 ó 1850, aquí la renovaron, la promovieron y la transformaron hasta hacer con ella, como en su tierra, « el vino más elaborado del mundo »⁵⁵.

Añade además la parte patrimonial ya que explica que los franceses « marcan con su sello ». Es más, lo que es destacable también para nuestro estudio es que los migrantes franceses fueron los precursores en el desarrollo de la región central ya que tenía las mismas características climáticas y las mismas latitudes que en la Región Burdeos, región de la cual mayoritariamente provenían.

Otro suceso que demuestra la gran influencia francesa en Chile en el sector vitivinícola en el comienzo de su relación son las construcciones vitivinícolas, que son una parte del patrimonio vitivinícola.

Blancpain explica en el principio de su capítulo 11, que los chilenos están fascinados por la cultura francesa, y en el sector del vino sobre todo por la región de Burdeos y sus numerosos « Châteaux » emblemas de la cultura del vino. Esta construcción es el típico estilo de edificio vitivinícola que forma parte del patrimonio y de la identidad francesa en el vino. Este fenómeno de castillos se vio reforzado por viajes hecho por chilenos a Francia. Esto lo destacó Hugh Johnson en su *Histoire mondiale du vin de l'Antiquité à nos jours*, declarando que « la pretensión de los propietarios que hicieron construir residencias imponentes durante la edad

⁵⁴ Claudio Gay tuvo también una gran importancia en el desarrollo de las relaciones franco-chilena. Efectivamente, fue el primer francés en interesarse a la historia de Chile y es justamente él que escribió una historia completa de Chile.

⁵⁵ Ibidem.

de oro del vino⁵⁶, que terminó por imponer el uso del término « château »⁵⁷. Es interesante ver que ya desde la llegada de los franceses en Chile en el siglo XIX, la influencia en el sector vitivinícola fue intensa y que es desde ahí que empezó el desarrollo de la viticultura moderna en Chile, con las nuevas técnicas mostradas por los técnicos franceses traído por Ochagavía, la construcción de bodegas para almacenar el vino... Gonzalo Rojas hasta califica este gran cambio de « revolución productiva y patrimonial », y su precursor Francia como « referente cultural de mucha sofisticación »⁵⁸. Es más este « referente cultural » es un referente que reemplaza el antiguo referente que era el español, precursor de la vid en Chile. Lo que se demuestra acá es que finalmente Chile siempre tuvo en su sector vitivinícola un referente, una influencia que le ayudo a construirse, a modernizarse. Esta afirmación, nos hace dudar sobre el real patrimonio e identidad que tiene Chile en cuanto al vino, porque siempre tuvo cepas extranjeras en su territorio, que sean españolas o francesas.

Lo que se vio también en este siglo fue el desarrollo importante de las exportaciones chilenas. Efectivamente, como lo veremos tanto en el capítulo 2 como en el 3, la exportación es ante todo la principal actividad vitivinícola para Chile antes de la actividad de venta a lo nacional. Esto se dio gracias a premios que habían sido entregados en 1876 a productores como Ochagavía en Filadelfia, o en Buenos Aires en 1882⁵⁹. Es más, lo que se nota en lo nacional es que los chilenos en mediados del siglo XIX, y sobre todo la burguesía aumenta su consumo

⁵⁶ En el siglo XIX antes de la filoxera. En algunas décadas, la producción se duplicó y las exportaciones triplicaron. Hay un desarrollo rápido y unas mejoras en las técnicas como la pulverización de azufre contra las plagas, espalderas sobre hilos de hierro... que facilitan el trabajo de la tierra y mejora los rendimientos. Fue la crisis de la filoxera que desencadenó esta edad de oro. Bordeaux. « Histoire des Bordeaux », 2016. Disponible en: <http://www.bordeaux.fr/p237/histoire-des-bordeaux>, fecha de última consulta: 27-06-2018.

⁵⁷ Johnson, Hugh. *Une histoire mondiale du vin de l'Antiquité à nos jours*. Editado por: Fayard. París: Pluriel, 2002. Pág. 375

⁵⁸ « la revolución productiva y patrimonial experimentada en Chile se originó partir de las grandes fortunas mineras, comerciales y bancarias, en cuyo seno aparece la imagen de Francia como referente cultural de muchas sofisticación ». Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°4, 2015, Pp./págs 88-105.

⁵⁹ « En Filadelfia, en 1876, Urmeneta y Ochagavía habían sido premiados con « medallas distinción »; en Buenos Aires en 1882, Urmeneta había obtenido el gran premio con medalla de oro; en Liverpool, en 1886, M. Bacarezza y E. Ducaud, dos productores de la región de Santiago, habían ganado una medalla de oro y, en la exposición de París, en 1889, seis productores chilenos habían obtenido esta misma distinción entre ellos Luis Pereira y Ramón Subercaseaux ». Briones, Felix. « La industria vitivinícola en Chile en el siglo XIX », Memoria de Magister, Historia, Universidad de Santiago, 1995. Pág.395

de vinos finos que provenían de Europa y sobretodo de Francia. De hecho Vicuña Mackenna explica lo siguiente sobre los chilenos y el consumo de vinos europeos « Los chilenos menosprecian el vino que no sea europeo (...) en lugar de beber vino, vinos puros y saludables, nos envenenamos con los vinos adulterados que nos llegan de Europa (...) menospreciamos una industria nacional, tan útil y en lugar de dar al pueblo una bebida sana y agradable, nos limitamos a fabricar chicha ese vino apenas fermentado que encierra entero el veneno del gas carbónico, y que se vende en todas partes, en las puertas de cada hacienda »⁶⁰. Lo que se ve acá por el hecho de que aunque hayan recibido distinciones internacionales, los chilenos prefieren vinos franceses que tienen más prestigio y reconocimiento internacional, eso le procura estatus frente a los demás que toman chicha por ejemplo. Este comportamiento, de consumo de vinos extranjeros en vez de sus propios vinos, se parece al que tienen los chinos actualmente como lo desarrollaremos en el capítulo 3 de esta investigación. En Francia, en el siglo XIX, se vio el desarrollo de la crisis de la filoxera que llegó desde Estados Unidos y que destruyó más de la mitad del viñedo, y sobre todo el viñedo de Burdeos a causa de injertos importados por enólogos francés resistentes a demás enfermedades como el oídio pero que implantaron la filoxera en Francia⁶¹. Esto provocó una escasez en la producción que dejó el espacio al fraude, y a la aparición de vinos falsos cortados con otras sustancias. Por ejemplo, Salles enuncia en su libro que se empieza en esta época a fabricar « vinos de azúcar sin usar uvas: 15 kilos de azúcar de betarraga, agua, un poco de ácido tartárico y de colorantes permitiendo entonces de fabricar un hectolitro de « vino » a 8°C »⁶². Es por eso que en el siglo XX, se pensó en fabricar un sello que pueda proteger el nombre de las regiones pero también el saber-hacer empleados en estas regiones, y todo esto reprimiendo los fraudes⁶³.

⁶⁰ Vicuña Mackenna, Benjamín. *Le Chili considéré sous le rapport de son agriculture et de l'immigration européenne*. Paris. 1855. Pág.133

⁶¹ Anova plus. « Histoire : l'Introduction du Phylloxera en France », 2015. Disponible en: <http://www.anova-plus.com/blog/histoire-lintroduction-du-phylloxera-en-france/>, fecha de última consulta: 28-06-2018.

⁶² « Mieux on commence à fabriquer aussi des « vins de sucre » sans utiliser de raisin : 15 kilos de sucre de betterave, de l'eau, un peu d'acide tartrique et des colorants permettent ainsi de fabriquer un hectolitro de « vin » à 8°C ». ». Salles, Pierre. « La viticulture française à la veille du phylloxera ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pág. 128.

⁶³ Salles Pierre. « Vers la viticulture contemporaine ». *La vigne et le vin en France, de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre&Solidaire, 2017. Pp.128-145.

1.3. Siglo XX y XXI: crisis y creación de las denominaciones de origen:

Estos dos siglos para Francia y para Chile son los siglos de las crisis del vino pero también de la aparición de un sistema que fortalecería el patrimonio y la identidad vitivinícola : la denominación de origen. Justamente, este sistema de denominación de origen apareció a causa, o gracias a crisis. Pierre Salles explica que en Francia la denominación de origen es la respuesta a la « crisis del fracaso de la venta » que se desarrolló entre 1893 y 1907 después de la crisis de la filoxera. Efectivamente, con la pérdida de más de la mitad del viñedo y sobre todo en la Región de Burdeos, aparecieron los vinos modificados a base de « azúcar de betarraga cortado con vino »⁶⁴ que se hacían pasar vinos naturales, pero que también interesaban a negociantes ya que la azúcar de betarraga « beneficiaba de una desgravación de un 50% »⁶⁵ lo que provocó una caída del precio de venta del vino.

En Chile, el siglo XX fue un siglo que en el sector del vino fue un periodo de crisis productiva, ya que la reforma agraria limitaba la producción de vino. Un paso muy potente fue también la aprobación de la ley de alcoholes n°1515 que prohibía en lo general la plantación de viñedos y los trasplantes de viñas pero también como en Francia los fraudes en el sector vitivinícola⁶⁶, agregando por su modificación en 1916 el pago del impuesto para el vino diferente, un impuesto según también el número de hectáreas y de la zona en donde se encuentre el viñedo, y una restricción en la toma de alcohol el fin de semana. El periodo 1938-1973 fue según del Pozo un periodo de poco crecimiento y regido por la ley de alcoholes. El explica que el sector evoluciono muy poco durante este periodo, es más en los años 60 por las falta de exportaciones, se nota « el peso de la heterogeneidad de las denominaciones de origen, « reserva » y otras, desconocidas fuera del país, y la ausencia de indicación sobre el tipo de cepa y el año de cosecha »⁶⁷. Es más ahí se nota otra vez el peso que tiene Francia sobre Chile culturalmente y patrimonialmente. Del Pozo cita la falta de desarrollo de la

⁶⁴ « Cette loi fut contournée par des industriels qui commercialisaient des boissons à base de sucre de betterave légèrement coupées de vin ». Salles, Pierre. « 1893-1907, la crise de mévente ». *La vigne et le vin en France de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre & Solidaire, 2017. Pág.140

⁶⁵ « Comme les sucres de betteraves utilisés bénéficiaient d'une détaxation de 50% », traducción propia. Ibidem.

⁶⁶ « El alcohol que tenga una proporción de impurezas superior a la aceptada oficialmente, no podrá salir de las fábricas ni de las aduanas, sino desnaturalizado, en la forma que determine el Presidente de la República, previo informe del Consejo Superior Higiene ». Ley de alcoholes n°1515. Santiago: Ministerio de Hacienda, 1902. Artículo 14. Disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=22709&buscar=ley+1515>, fecha de última consulta: 21-06-2018.

⁶⁷ Del Pozo, José. « Los años de la producción limitada y la época de la reforma agraria, 1938 a 1973 ». *La historia del vino chileno*. Santiago: LOM Ediciones, 2013. Pp.176-231

denominación de origen⁶⁸ pero también el hecho que es sistema ya implantado en Europa y en Francia desde la década de los 30⁶⁹.

¿Cuáles la historia de la denominación de origen en Francia y que son estas denominaciones de origen?

Como lo explica Pierre Salles⁷⁰, enólogo francés, « l' AOC es un sello de calidad oficial francés de protección y de garantía de un producto vinculado con su lugar de origen geográfico »⁷¹. Este sello garantiza el origen de los productos alimenticios, que provienen de un « terroir » y de saber hacer particular. Périco Legasse, crítico gastronómico francés, añade que para el el AOC es un concepto « francés, de filosofía, de profesionalismo la especificidad de los vinos de Francia y de otros productos »⁷². Con la palabra « filosofía », Périco Legasse le añade la parte cultural que se quiso explicar en esta introducción del capítulo. Fue en 1905 que fue creada una ley contra los fraudes Como lo explica Pierre Salles⁷³, enólogo francés, « l' AOC es un sello de calidad oficial francés de protección y de garantía de un producto vinculado con su lugar de origen geográfico »⁷⁴.

Este sello garantiza el origen de los productos alimenticios, que provienen de un « terroir » y de saber hacer particular. Périco Legasse, crítico gastronómico francés, añade que para él el AOC es un concepto « francés, de filosofía, de profesionalismo la especificidad de los vinos

⁶⁸ « Esto ocurría porque si bien hubo una intervención importante de la legislación en diversos aspectos de la industria vitivinícola, en cambio no la hubo en en el rubro de la apelación controlada ». Ibid.

⁶⁹ « Este tipo de disposición había empezado a ser adoptada en varios países de Europa en la década de los 1930: en Francia, su primera manifestación fue el decreto ley del 30 de julio de 1935, que creaba el Comité Nacional sobre las Apelaciones de Origen ». Ibid.

⁷⁰ Salles Pierre. « L'AOC, qu'est ce que c'est ? ». *La vigne et le vin en France, de l'Antiquité au XXIe siècle*, editado por Nathalie Mahéo. París: Éditions Libre & Solidaire, 2017. Pág.144.

⁷¹ « L'AOC, appellation d'origine contrôlée, est un label officiel français de protection et de garantie d'un produit lié à son origine géographique ». Traducción propia.

⁷² Hendrick, Pascal. *C dans l'air, des bulles dans le vin (spéculatives)*. Francia: Maximal production y France Télévisions. 2011. 01:04:45. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=2PpYhPpbyC0>, fecha de última consulta: 07-05-2018.

⁷³ Salles Pierre. « L'AOC, qu'est ce que c'est ? ». *La vigne et le vin en France, de l'Antiquité au XXIe siècle*, editado por Nathalie Mahéo, 144. París: Éditions Libre & Solidaire, 2017. Pág.144.

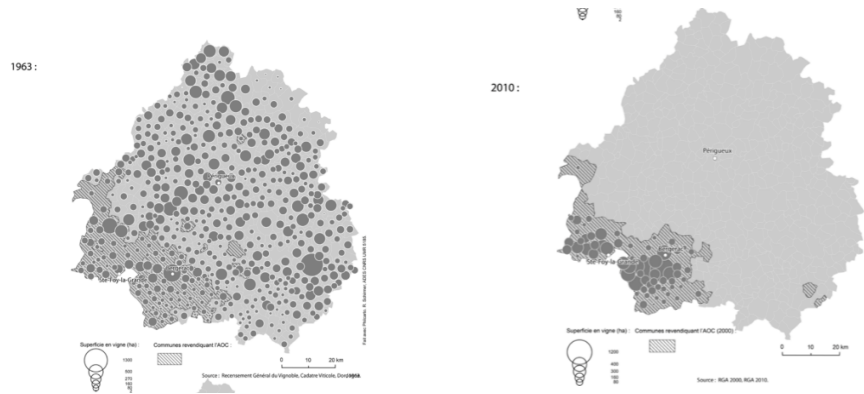
⁷⁴ « L'AOC, appellation d'origine contrôlée, est un label officiel français de protection et de garantie d'un produit lié à son origine géographique ». Traducción propia.

de Francia y de otros productos »⁷⁵. Con la palabra « filosofía », Périco Legasse le añade la parte cultural que se quiso explicar en esta introducción del capítulo. Fue en 1905 que fue creada una ley contra los fraudes con su decreto creado en 1907 que pone en marcha el servicio de protección de los vinos en contra de los fraudes. Las primeras medidas de delimitación de los grandes caldos (Les Grands Crus) como el Bordeaux, Bourgogne, Champagne fueron creadas entre 1908 y 1911 en un contexto de crisis previo a la Primera Guerra mundial. En el periodo de la Primera Guerra mundial, hubo una baja significativa de la producción debido a la requisición de los bodegueros convertidos en soldados y de los caballos, que fue buena en todo caso porque se notaba antes este periodo una sobreproducción vitícola que provocaba fraudes y creación de vinos de calidad menor. Fue realmente en 1935 que se empezó a hablar de Denominación de Origen Controlada (Appellation d' Origine Contrôlée) que se aplicó a los vinos y a las aguardientes y se creó también en el mismo tiempo el organismo encargado de definir, controlar y proteger estas denominaciones, la INAO⁷⁶. Este sello fue creado para poder luchar contra los fraudes, con la iniciativa de de Pierre Leroy de Boiseaumarié llamado el « Baron Le Roy », viñatero en el viñedo Châteauneuf-du-Pape.⁷⁷ Esta norma provocó la bajada significativa de zonas vitícolas porque muchas no cumplían con las normas edificadas y no lograban lograr estos objetivos como se puede ver en los siguientes mapas:

⁷⁵ Hendrick, Pascal. *C dans l'air, des bulles dans le vin (spéculatives)*. Francia: Maximal production y France Télévisions. 2011. 01:04:45. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=2PpYhPpbyC0>, fecha de última consulta: 07-05-2018.

⁷⁶ Instituto Nacional del Origen y de la Calidad, que se encuentra bajo tutela del Ministerio de la Agricultura y de la Alimentación.

⁷⁷ Salles, Pierre. « L'AOC, qu'est ce que c'est ? ». *La vigne et le vin en France, de l'Antiquité au XXIe siècle*, editado por Nathalie Mahéo, 144. París: Éditions Libre & Solidaire, 2017. Pág.144

Patrimonio e identidad vitivinícola en Francia y en Chile
Capítulo 1 Historia del vino en Francia y en Chile

Fuente : Frédérique Célérier, Raphaël Schirmer. Hommes, femmes et territoires du vin (1960-2010). Les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC), modèle de développement local à la français : L'exemple de la vigne et du vin.. 2012. <hal-00772320>

Como se pueden ver en estos mapas⁷⁸ en 50 años, entre 1963 y 2010 desaparecieron mucho más de la mitad de los viñedos presentes en la región de Dordogne (que se sitúa a unos 150 km de Burdeos) debido a obviamente los cambios climáticos pero también por la dureza de las apelaciones de origen. En 1963, se puede ver que casi toda la región pregunta por obtener este sello algo que en 2010 ocurre en una parte de la región que se sitúa en el oeste. En algunas cifras 441200 hectáreas de viñas son de denominación de origen controlada, 366 vinos y aguas ardientes son registrados, y más de 21,5 de hectolitros están comercializados⁷⁹.

¿Cuál es la historia de la denominación de origen en Chile? La denominación de origen chilena vio su aparición 60 años después de la denominación de origen francesa es decir en el año 1985 con una modificación que se hará en 1994. La ley de 1985 define 3 denominaciones de origen: la del vino asoleado, el pajarete y el pisco. Pero lo que se vio a lo largo del uso de estas denominaciones como en el contexto internacional que la denominación chilena creaba una confusión con la indicación geográfica lo que provocó la creación en 2005 de la Ley 19.039 que intento diferenciar los dos términos, estableciendo las características de

⁷⁸ Se pueden consultar estos mapas con más precisión en esta página web en la página 8 del pdf: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00772320/document>

⁷⁹ Célérier, Frédérique y Schirmer, Raphaël. « Les Hommes, femmes et territoires du vin (1960-2010). Les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC), modèle de développement local à la française », 2012. Disponible en: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00772320/document>, fecha de última consulta: 28-06-2018.

una DO. Estableció que un vino de denominación de origen un 75% de la cepa presente en el territorio y esto sería todo.⁸⁰

Como lo pudimos ver a lo largo de la historia, Francia y Chile fueron construyendo su identidad y patrimonio vitivinícola poco a poco. Nos damos cuenta a lo largo de este capítulo que ambas naciones, hasta antes de encontrarse tuvieron muchos puntos en común que hicieron su desarrollo se hiciera de forma parecida. Obviamente esta construcción vitivinícola fue una construcción paulatina pero que también tiene repercusión en el presente. ¿Cuál serían estas repercusiones? Y ¿Cómo evolucionaron las denominaciones de origen hoy por hoy? Esto serán preguntas que encontrarán respuestas en los dos próximos capítulos que tratarán de la legislación y de los nuevos desafíos enfrentados por el patrimonio y la identidad vitivinícola.

⁸⁰ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de DO para el vino chileno », Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 3, n°8, 2016, Pp./págs 145-173.

Capítulo 2 : Las políticas agrícolas y culturales: una influencia para el patrimonio y la identidad vitivinícola:

Como explicado en la introducción, este segundo capítulo se enfocará en las políticas culturales y agrícolas que influyeron el patrimonio y la identidad vitivinícola en ambos países. Fue en estos últimos años que pudimos ver un aumento de las políticas que concernían el vino, y que se enfocaron en él. Se quiso tratar de estos tipos de políticas porque finalmente la política cultural que concierne el vino no puede ir sin la política agrícola que legisla la producción de este mismo. Lo que se requiere demostrar en este capítulo, es la importancia que tiene la política en este sector vitivinícola y cómo influye de manera sustancial para el desarrollo de la identidad y del patrimonio cultural. Como dicho también en la introducción, la primera diferencia que se notará entre ambos países es que el sector agrícola y cultural está regido por diferentes organismos. En efecto, Francia está regida tanto por las leyes nacionales como por las leyes de la Comunidad Europea mientras que Chile está regida únicamente por las leyes nacionales. Obviamente, esta diferencia es notable, ya que no demuestra una misma política pero que es igual interesante ya que podría en una futura investigación ser una vía destacable que desarrollar. Se quiso hacer en este estudio de las leyes, una elección escasa de leyes y de legislación porque se requería usar leyes que se acercaban lo más posible a los conceptos de patrimonio y de identidad vitivinícola. Por eso se eligieron las leyes de denominaciones de origen para cada uno de los países estudiados. Por la parte francesa, se eligieron las siguientes medidas : les Appellations d'Origines Contrôlées (AOC, parte nacional), Appellations d'Origines Protégées (AOP, parte europea). Lo muy interesante para este estudio es que las dos primeras medidas AOC y AOP son medidas que pueden considerarse como legislaturas a su vez agrícola pero también cultural. Efectivamente, al controlar el origen de la uva se considera como una medida agrícola, pero al representar una región, un valle o un « terroir » esta denominación demuestra también su parte cultural.

Por la parte chilena, nos centraremos en las leyes que tratan de la denominación de origen es decir la ley de 1985 sobre denominación de origen, su modificación de 1994 pero también la ley de 2005 que requiere intentar diferenciar la denominación de origen y la indicación geográfica. Acá también vemos que estas leyes combinan el sector agrícola y cultural.

A lo largo de capítulo, se tomará como base la parte internacional como en el primer capítulo ya que existe también una norma internacional de denominación de origen, el Arreglo de Lisboa de 1979⁸¹ y el Acta de Ginebra que lo modifica en 2015 por falta de consenso

⁸¹ OMPI : Organización Mundial de Propiedad Intelectual.

internacional en la primera medida⁸². Se quiere ver en este capítulo si las denominaciones de origen en Chile y en Francia logran seguir las normas internacionales, con tres normas evidenciadas por la parte internacional que son esenciales para la construcción de una denominación de origen : la Indicación Geográfica, el Patrimonio Cultural, y un Consejo Regulador⁸³. . Veremos en que estas denominaciones respetan o no esta norma internacional y si esto influye de manera contundente o no en el patrimonio y la identidad vitivinícola de ambos países. Podemos decir ya, que como el patrimonio cultural es uno de los conceptos enunciado como una parte fundamental de la denominación de origen veremos directamente si está desarrollado en los dos países, y si es que sí de qué forma. Entonces dividiremos este capítulo entre estos tres conceptos de la visión internacional y primeramente definiremos a cada principio de apartado cada concepto.

La denominación de origen es concepto que viene del siglo XIX, como la filoxera ya que es una de las razones que llevó a crearla. En efecto, con esta crisis y la destrucción de la mitad del viñedo europeo, aparecieron vinos que se hacían pasar por vinos de Burdeos o Champagne y era urgente desarrollar una entidad y un concepto que pueda proteger estos viñedos y estas regiones. La primera denominación conocida fue la de Champagne de 1887, derivando de una sentencia de la Corte de Angers que aceptaba la denominación de origen Champagne al Syndicat des Grandes Marques de Champagne⁸⁴. La denominación de origen finalmente apareció gracias a la crisis de la filoxera que además de fortalecer los lazos franceses y chilenos creó un sistema que ayudó a la protección del vino, pero también después de otros productos agrícolas como el queso por ejemplo. Aunque fue una crisis que debilitó los

⁸² Solo 28 países sobre los 158 miembros de la OMPI se suscribieron a este arreglo. OMPI. « Tratados administrados por la OMPI. Partes Contratantes > Arreglo de Lisboa (Total de las Partes Contratantes: 28) » Lisboa: Organización Internacional de la Propiedad Intelectual, 1979. Disponible en: http://www.wipo.int/treaties/es/ShowResults.jsp?lang=es&treaty_id=10, fecha de última: 17-05-2018.

⁸³ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de DO para el vino chileno », Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 3, n°8, 2016, Pp./págs 145-173.

⁸⁴ Sindicato que protege la manera de hacer el Champagne, y que vigila que no se use el nombre de Champagne de forma fraudulenta. El término de Champagne se puede usar solo cuando es un vino espumante que proviene de la región de Champagne en Francia.

viñedos europeos y estadounidense, tuvo efectos positivos que lograron fortalecer la cultura del vino y su patrimonio⁸⁵.

2.1. Indicación geográfica :

Cuando se trata de denominación de origen, obviamente hay que hablar del lugar en donde se encuentra el producto, es decir la indicación geográfica. Gonzalo Rojas en su ensayo « Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de Denominaciones de Origen el vino chileno » explica y define este término de la manera siguiente « la identificación geográfica es entendida como una delimitación legal, basada en concepciones técnicas respecto al origen específico del producto en cuestión. Normalmente corresponde a la localidad, aldea o ciudad donde el producto y su cultura se originó »⁸⁶. Esta definición y este concepto es una parte del concepto de la denominación de origen indispensable y que finalmente a veces lleva a una confusión.

En efecto, podemos ver que actualmente cuando se trata de denominación de origen, la gente cree directamente que la expresión o el concepto de « indicación geográfica » es la misma cosa. Y es algo totalmente entendible, ya que la propia definición de ambas al nivel internacional se parecen mucho. En su artículo 2 del Arreglo de Lisboa hecho en 1979, la Organización Internacional de la Propiedad intelectual, habla de la denominación de origen en estos términos « es la denominación geográfica de un país, de una región o de una localidad que sirva para designar un producto originario del mismo y cuya cualidad o característica se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y los factores humanos »⁸⁷.

Tiene también una definición de la indicación geográfica « Es un signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen de los productos. Un ejemplo

⁸⁵ Salles Pierre. « Vers la viticulture contemporaine ». *La vigne et le vin en France, de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia: Libre&Solidaire, 2017. Pp.128-145.

⁸⁶ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de DO para el vino chileno », *Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad*, Vol 3, n°8, 2016, Pp./págs 145-173.

⁸⁷ OMPI. « Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional. Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa sobre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas » Ginebra, Organización Internacional de la Propiedad Intelectual, 2015. Disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/treaties/text.jsp?file_id=371576, fecha de última consulta: 21-05-2018.

típico son los productos agrícolas que poseen cualidades derivadas de su lugar de producción y están sometidos a factores geográficos específicos, como el clima y el terreno. »⁸⁸. Estas dos definiciones demuestran similitudes que demuestran la confusión que puede tener la comunidad internacional sobre estos términos. Se puede notar que en la definición de la denominación de origen, esta última se hace llamar « denominación geográfica » lo que puede ahí hacer creer que las dos definiciones son definiciones de sinónimos. . Es por eso y por el hecho de que esta definición no tuvo consenso internacional⁸⁹ que se hizo un cambio a la definición de la denominación de origen en 2015 por el Acta de Ginebra⁹⁰. Por ejemplo, considerando los dos países estudiados, podemos notar que Francia aprobó el Arreglo en cambio Chile no lo aprobó por el hecho de que este Arreglo excluía de su régimen las indicaciones de procedencia.

La « nueva » definición es la siguiente « toda denominación protegida en la Parte Contratante de origen que consista en el nombre de la zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra denominación conocida por hacer referencia a dicha zona, que sirva para designar un producto como originario de dicha zona geográfica, cuando la calidad o las características del producto se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos, y que haya dado al producto su reputación »⁹¹.

Lo que se nota acá es el cambio significativo de denominación « geográfica » a denominación « protegida ». Esto demuestra una voluntad por parte de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) de no confundir los dos términos, ya que igual son conceptos que van juntos. Igualmente, este término sigue un poco ambiguo y creemos que será necesario hacer una real división entre estos dos términos o finalmente crear una expresión que combine los dos términos. Lo que se puede decir aunque no sean sinónimos, es que toda denominación

⁸⁸ Disponible en la página web de la OMPI: http://www.wipo.int/geo_indications/es/index.html, fecha de última consulta: 21-05-2018.

⁸⁹ OMPI. « Tratados administrados por la OMPI. Partes Contratantes > Arreglo de Lisboa (Total de las Partes Contratantes: 28) » Lisboa: Organización Internacional de la Propiedad Intelectual, 1979. Disponible en: http://www.wipo.int/treaties/es/ShowResults.jsp?lang=es&treaty_id=10, fecha de última consulta: 17-05-2018.

⁹⁰ Acta de Ginebra disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/treaties/text.jsp?file_id=371576, fecha de última consulta: 21-05-2018.

⁹¹ OMPI. « Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional. Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa sobre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas » Ginebra, Organización Internacional de la Propiedad Intelectual, 2015. Disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/treaties/text.jsp?file_id=371576, fecha de última consulta: 21-05-2018.

de origen es una indicación geográfica pero que no toda indicación geográfica una denominación de origen ya que deben ser reconocidas por un saber hacer (factores humanos y naturales) que le da la calidad al producto. Otra entidad le dio una definición a la indicación geográfica. Es la propia Organización Mundial del Comercio (OMC) que le dio una definición en el Acuerdo sobre los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio⁹². En su sección 3, la OMC enuncia lo siguiente « indicaciones geográficas son las que identifiquen un producto como originario del territorio de un Miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico »⁹³. Contrariamente a la visión que dio la OMPI, el concepto emitido por la OMC fue aprobado por más de 160 países, incluyendo los dos países investigados que son Francia y Chile⁹⁴.

Es por ese último motivo, que estudiaremos la definición de la OMC, ya que es la definición aprobada por ambos países, aunque se usarán también las definiciones de Gonzalo Rojas ya que contiene aspectos que no están presentes en las definiciones de la OMC y que no llevan tanto a la confusión entre ambas definiciones.

¿La indicación geográfica será un concepto respetado por el país europeo y el país andino? Eso vamos a ver.

Por el caso chileno, pudimos ver primeramente que aparece como al nivel internacional una duda sobre la diferencia o no de la indicación geográfica y la denominación de origen. Fue el Instituto Nacional de la Propiedad Industrial⁹⁵ que en 2005 decidió establecer una diferencia entre los dos términos, añadiendo a este nuevo registro a la ley entrada en vigor anteriormente

⁹² Disponible en : https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips.pdf, fecha de última consulta: 21-05-2018.

⁹³ OMC. « Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio » Marrakech, Organización Mundial del Comercio, 1994. Disponible en: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips.pdf, fecha de última consulta: 21-05-2018.

⁹⁴ OMC. « Tratados multilaterales relacionados con la Propiedad Intelectual > Partes Contratantes/Signatarios », 1995. Disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/other_treaties/parties.jsp?treaty_id=231&group_id=22, fecha de última consulta: 21-05-2018.

⁹⁵ « INAPI es un organismo encargado de la administración y atención de los servicios de la propiedad industrial en Chile. Le corresponde, asimismo, promover la protección que brinda la propiedad industrial y difundir el acervo tecnológico y la información de que dispone. » Disponible en: <https://www.inapi.cl/acerca-de/inapi>, fecha de última consulta: 21-05-2018

que declaró como denominaciones de origen tres productos : el Pisco⁹⁶, el Pajarete⁹⁷ y el Vino Asoleado⁹⁸. En la ley 19.039 modificada en 2005 por la ley 19996⁹⁹ para una mejor comprensión de la diferencia entre los dos términos, la INAPI explica en su artículo 92 que la indicación geográfica es lo siguiente « es aquella que identifica un producto como originario del país o de una región o localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación u otra característica del mismo sea imputable fundamentalmente, a su origen geográfico » y que la denominación de origen « es aquella que identifica un producto como originario del país, o de una región o de una localidad del territorio nacional, cuando la calidad, reputación u otra característica del mismo sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico, teniendo en consideración, además, otros factores naturales y humanos que incidan en la caracterización del producto »¹⁰⁰. Como se puede ver, las dos definiciones empiezan de la misma forma lo que conduce a la confusión. Aunque como las definiciones internacionales intentan hacer una clara división entre ambas palabras, les cuesta separarlas. Podemos atrevernos en decir que hay un real error de concepción, epistemológico y semántico en la visión de la dos palabras. Es más, el hecho de que las dos definiciones empiecen igual demuestra de parte de la legislación chilena que la división no se quiere hacer realmente. Claramente, la denominación es una indicación geográfica pero la indicación geográfica no es un denominación de origen. Hay que tener bien en cuenta que la denominación de origen, aparte de la parte geográfica, tiene otros factores que influyen en su desarrollo y que son los dos otros factores que desarrollaremos más adelante, el patrimonio cultural y el consejo regulador.

Es más, centrándonos en la Región Central de Chile, destacamos en el nombramiento de las etiquetas las zonas que forman parte del Valle pero que no son denominaciones registradas.

⁹⁶ El Pisco es una aguardiente de uva fabricada originariamente en la ciudad de Pisco, en Perú (de hecho hace mucho tiempo que hay una lucha entre Chile y Perú para saber de donde viene el Pisco, se hicieron varios estudios sobre el tema, y el mismo Pablo Lacoste escribió un libro sobre el tema con el título « El Pisco nació en Chile. Genesis de primera Denominación de Origen de América ». Lacoste, Pablo y colaboradores. *El Pisco nació en Chile. Génesis de la primera Denominación de Origen de América*. Santiago, RIL editores, 2016.

⁹⁷ O Pajarete de Huasco y del Elquí es un vino licoroso.

⁹⁸ Vino elaborado con los racimos de uvas deshidratadas parcialmente a la luz solar en la Región Central de Chile.

⁹⁹ Ley disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=236219&buscar=ley+19996>, fecha de última consulta: 22-05-2018.

¹⁰⁰ Ley 19.039, modificada por la ley 19996. Santiago: Ministerio de la Agricultura, 2005. Artículo 92. Disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=236219&buscar=ley+19996>, fecha de última consulta: 22-05-2018.

Se trata más de la « Zonificación vinícola »¹⁰¹ que de una real denominación de origen. Se llama entonces « Región vitícola del Valle Central » que tiene en su seno la provincia de Chacabuco de la Región metropolitana, pero también las provincias de Cauquenes y Linares, de la VII Región administrativa.¹⁰² Este ejemplo concreto demuestra aún más esta confusión entre denominación y una indicación geográfica.

Cuando se habla de Francia, se tiene que añadir otro factor que puede complicar la confusión. En efecto, Francia tiene que contar también con la legislatura europea, teniendo entonces para término de denominación de origen a dos que son « Appellation d'Origine Contrôlée » para lo nacional que llamaremos AOC y « Appellation d'Origine Protégée » para lo europeo que llamaremos AOP. Para la indicación geográfica solo se habla de una « Indication d'Origine Protégée »¹⁰³ (IGP) que es de legislación europea. ¿Cómo Francia y la Unión Europea definen estos términos? ¿Tendrán el mismo problema que en la legislación internacional y chilena? Francia define su AOC de la siguiente manera « L'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) désigne des produits répondant aux critères de l'AOP et protège la dénomination sur le territoire français. Elle peut aussi concerner des produits non couverts par la réglementation européenne (cas des produits de la forêt par exemple) »¹⁰⁴. El primer comentario que se puede hacer en esta definición es que directamente se refiere a la parte europea. En efecto, se puede ver que actualmente en el caso francés, se le lleva más la atención a lo europeo y que por la legislación agrícola, la legislación europea supera la nacional. De hecho, es por eso que actualmente se le cree más a la denominación europea por el hecho de que sea más estricta y que tenga más controles ya que la nacional está muy fuertemente criticada, pero esto es un tema que desarrollaremos en el capítulo 3 de esta investigación. La AOP tiene entonces la siguiente definición, ya que es casi la base de la legislación nacional francesa, aunque la

¹⁰¹ Cata vino. « ¿Sabes cuál es la zonificación oficial de las regiones vitivinícolas de Chile? », 2014. Disponible en: <http://www.catadelvino.com/blog-cata-vino/sabes-cual-es-la-zonificacion-oficial-de-las-regiones-vitivinolicas-de-chile>, fecha de última consulta: 29-06-2018.

¹⁰² Ibidem.

¹⁰³ Indicación Geográfica Protegida

¹⁰⁴ « L'Appellation d'Origine Contrôlée désigne les produits qui répondent aux critères de l'AOP et protègent la dénomination sur le territoire français. Elle peut également concerner des produits qui ne font pas partie de la norme européenne (c'est le cas des produits forestiers par exemple) », traduction propia, disponible en: <https://www.inalco.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQA/Appellation-d-origine-protégée-Appellation-d-origine-contrôlée>, fecha de última consulta: 22-05-2018

legislación francesa dio luz en 1935 es decir antes que la europea que se aprobó en 1992¹⁰⁵. « l'Appellation d'Origine Protégée (AOP) désigne un produit dont toutes les étapes de production sont réalisées selon savoir-faire reconnu dans une même aire géographique, qui donne ses caractéristiques au produit. C'est un signe européen qui protège le nom du produit dans toute l'Union européenne »¹⁰⁶. En esta definición de la Unión Europea, la parte geográfica tiene una importancia cierta pero no central como en la definición chilena de la denominación de origen. Es por eso que la confusión entre AOP y IGP no esta tan presente y no hay una real necesidad de hacer otra revisión de la definición como en el sector internacional o chileno. En cuanto a la IGP la legislación europea la explica así « L'indication géographique protégée (IGP) identifie un produit agricole dont la qualité, la réputation ou d'autres caractéristiques sont liées à son origine géographique »¹⁰⁷. U dato importante es que, la legislación europea solo reconoció el vino en la AOP y en la IGP en el año 2009 aunque fue creada en 1992 en el marco de la política europea de calidad que concernía los productos agrícolas y alimenticios¹⁰⁸.

Enfocándonos en la Región de Burdeos, esta región se divide en 6 zonas vitícolas: Médoc, Blayais-Bourgeais, Graves-Pessac Léognan, Cérons-Barsac-Sauternes, Entre-Deux-Mers, Libournais, que fueron reconocidas por el decreto ley de las denominaciones de origen de 1935¹⁰⁹. Estas regiones no corresponden a regiones administrativas sino que fueron creadas

¹⁰⁵ Se inspiró de hecho de la legislación francesa para construir la comunitaria.

¹⁰⁶ « La Appellation d'Origine Protégée (AOP) designa un producto cuyas etapas de producción están cumplidas según un saber-hacer reconocido en una misma área geográfica, que le da sus características al producto. Es un signo europeo, que protege el nombre del producto en toda la Unión Europea», traducción propia, disponible en: <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protegee-Appellation-d-origine-controlee>, fecha de última consulta: 22-05-2018.

¹⁰⁷ « La Identificación Geográfica Protegida (IGP) identifica un producto agrícola cuya calidad, reputación u otras características están relacionadas con el origen geográfico, traducción propia, disponible en: <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Indication-geographique-protegee>, fecha de última consulta: 23-05-2018

¹⁰⁸ Institut National de l'Origine et de la Qualité. « AOC-AOP ». Disponible en: <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protegee-Appellation-d-origine-controlee>, fecha de última consulta: 23-05-2018

¹⁰⁹ Vins, Vignes, Vignerons. « La Région de Bordeaux : Le vignoble ». Disponible en: <http://www.vinsvignesvignerons.com/Regions/Bordeaux/LA-REGION-BORDEAUX/Le-vignoble>, fecha de última consulta: 29-06-2018.

para definir las zonas vitivinícolas y que tienen que cumplir determinadas reglas dictadas por el Institut National de l'Origine et de la Qualité¹¹⁰.

Primera diferencia que podemos destacar entre Chile y Francia, es que las definiciones de la legislatura chilena, que sea de la IG o de la DO, son definiciones muy parecidas a las normas internacionales y que tienen un real enfoque en la parte geográfica para las DO. Francia, aunque dependa de la norma europea, igual supo independizarse de la norma internacional y enfocar su definición más en lo cultural aunque obviamente la parte geográfica esté presente, lo que desarrollaremos en el segundo apartado de este capítulo que tratará del patrimonio cultural. Estas características culturales, como se precisará en la definición, derivan de la área geográfica, lo que demuestra que en la visión francesa la entidad geográfica es de una gran importancia con la cual no hay que dudar.

Luego, podemos decir, respondiendo a la pregunta principal de este apartado, y a la definición de Gonzalo Rojas, que las DO de los países estudiados, responden completamente a la primera característica expuesta por la norma internacional, es decir la indicación geográfica. Sin duda, por la parte chilena es justamente esta característica que hace complicado diferenciar la denominación de origen de la indicación geográfica. Quizás está muy centrada en seguir la norma internacional, y sería a lo mejor benéfico para ella y para su patrimonio e identidad vitivinícola hacer su propia legislación con su propia definición no tan centrada en la condición geográfica del producto.

2.2. El Patrimonio Cultural:

Ahora que pudimos ver que ambos países respetaron la primera característica, veamos si es el caso de la segunda característica, el patrimonio cultural. Esta característica, enunciada en el artículo de Gonzalo Rojas, pero también definida en el otro artículo escrito por él sobre el patrimonio y la identidad vitivinícola de Chile, es la característica perfecta para el estudio que estamos haciendo sobre ambos países investigados. Gonzalo Rojas define el patrimonio cultural de la siguiente manera : « un reconocimiento explícito al patrimonio cultural del producto es identificar con claridad aquellos aspectos patrimoniales, susceptibles de ser relevados y preservados en el tiempo, mediante un conjunto de disposiciones reglamentarias,

¹¹⁰ Institut National de l'Origine et de la Qualité. « AOC Bordeaux, Bordeaux Clairet, Bordeaux Rosé, Bordeaux Sec, Bordeaux Côtes de Francs et Bordeaux Haut-Benauges ». Disponible en: https://www.inao.gouv.fr/show_texte/29, fecha de última consulta: 29-06-2018.

basadas asimismo en criterios técnicos y tecnológicos tendientes a la protección de la pureza y la singularidad de dicho producto. Ello, a fin de establecer con meridiana claridad los protocolos de producción, almacenamiento y volúmenes de comercialización, reconociendo al producto en cuestión como patrimonio material de la sociedad a la que pertenece »¹¹¹. Esta definición del patrimonio cultural en este artículo tiene un sentido más protocolario, es decir las reglas, las técnicas empleadas para producir el vino. Hay sobre todo que precisar que esta definición es la visión del patrimonio cultural al nivel internacional según lo interpretado por Gonzalo Rojas. Esta definición se centra mucho más en el vino descartando otro tipo de definición de carácter general como lo pudimos ver en su artículo que trata de patrimonio e identidad vitivinícola en Chile « lo que se entiende a través de patrimonio cultural es aquel conjunto de bienes materiales o inmateriales, que ha sido heredado por una nación determinada en conjunto con aquellos que van siendo erigidos y que serán adquiridos por las futuras generaciones, donde es el conjunto social, en su amplia mayoría, quien reconoce en dicho patrimonio una excepcional relevancia estética, simbólica e histórica »¹¹².

Primero, vemos en la definición internacional que se elige entre bien « material » o « inmaterial » considerando el vino como un bien « material », ya que el vino es un producto, que corresponde a la expresión de la cultura de un país de manera tangible¹¹³. Acá, notamos que no toman en cuenta la parte intangible, es decir que el vino sea un bien inmaterial. Esto le saca una parte simbólica a la visión que tiene Chile sobre su vino que es una parte importante cuando se trata de patrimonio.

Luego, podemos ver en la primera parte de la definición internacional que el patrimonio cultural contiene de manera implícita una relevancia hereditaria e histórica que hace que el producto que forma parte del patrimonio tiene una importancia en esta herencia e historia. Es por ejemplo por esta razón, que en 2014, el Senado aprobó una enmienda propuesta por el

¹¹¹ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°4, 2015, pp./págs. 88-105.

¹¹² Ibidem.

¹¹³ « Cabe señalar que el « Patrimonio cultural suele ser dividido en dos tipos: material e inmaterial (o intangible). Respecto del primero, corresponde a las expresiones de las culturas a través de realizaciones tangibles, tales como monumentos, sitios arqueológicos, zonas típicas, edificaciones y portentos de la ingeniería, etc. Con relación al segundo, cabe señalar a aquellas manifestaciones espirituales de una cultura determinada como el arte, la música, la poesía y todo aquello que vive en el mito, el rito y la oralidad. ». Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°4, 2015, pp./págs. 88-105.

Senador Roland Courteau (Partido Socialista) que declaraba el vino como patrimonio cultural del Estado francés. En Chile, aunque no tenga una ley que tenga como nombre « vino como patrimonio cultural » instituyó en septiembre de 2015¹¹⁴ « el Día Nacional del Vino » que incluye en su texto de ley una parte que evoca la parte patrimonial de este producto « que a lo largo de nuestro país, la producción (...) constituyéndose como un polo turístico que trasmite a los visitantes parte de nuestro patrimonio a través de la promoción de tradiciones gastronómicas y culturales »¹¹⁵. Sin embargo añade también su importancia histórica « que, la industria del vino ha sido de trascendental importancia histórica, y además que se ha ido consolidando durante las últimas décadas como una de las industrias que representan la identidad nacional, tanto en Chile como en el extranjero »¹¹⁶. Acá, podemos ver que ambos países reconocen su vino como parte importante e indispensable del patrimonio y de la identidad nacional.

En lo teórico ambos países respetan este patrimonio vitivinícola como parte de lo nacional, está presente en sus leyes, en sus escritos desde recientemente aunque ya era presente en la vida cotidiana de cada ciudadanos chilenos y franceses. Pero en la práctica, aplicándolo a las denominaciones de origen, ¿se estará aplicando?

Por la parte francesa, como explicado brevemente en el primer apartado de este capítulo, se puede ver en la definición de la AOP, que el sector, el área que se destaca es la parte cultural de la denominación. Efectivamente, estas características que obtiene el vino para poder ser un producto de tipo patrimonial e identitario, aunque obviamente se destaca del área geográfica en el que se encuentre y produzca, salen de un « saber-hacer reconocido » que le da « su característica al producto ». Es más, según especialistas, la AOP, o la AOC es un sello de calidad, pero también que contiene una parte filosófica que forma parte del patrimonio nacional. Es una manera de definir métodos de viticultura, métodos de vinificación que crean el producto final. Todas estas prácticas son la herencia patrimonial e identitaria del país. De hecho, su aparición fue uno de los resultados de la crisis de la filoxera. Efectivamente fue después de la crisis que aparecieron las denominaciones de origen. Es más, gracias también

¹¹⁴ Decreto ley instituye el Día del Vino. Santiago: Ministerio de la Agricultura, 2015. Decreto ley 29. Disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1082126&buscar=vino+patrimonio>, fecha de última consulta: 25-05-2018.

¹¹⁵ *Ibidem*

¹¹⁶ *Ibidem*

al apoyo internacional, el patrimonio vitivinícola francés estuvo reconocido. En primer lugar, fue la Jurisdicción de Saint Emilion que fue reconocida Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO en 1999, seguido después de 16 años, de los vinos en su generalidad y del Champagne en 2015, junto a la ley de reconocimiento patrimonial por el Senado nacional en 2014. Además las regiones definidas, como la región de Burdeos y sus sub-regiones, son regiones geográficas pero que contienen un patrimonio, ya que la lista de predisposiciones dictadas incluye el «saber-hacer», unas tradiciones ancestrales y no únicamente una predisposición geográfica¹¹⁷.

En la definición chilena, como he explicado anteriormente, hay un enfoque hacia lo geográfico. No hay una real atención a lo cultural, ya que se basa mucho en la norma internacional que no se enfoca mucho en la dimensión cultural de la denominación de origen. Es más cuando se trata de mirar la etiqueta de un vino chileno, se pueden notar palabras de procedencia extranjera como el uso de «Grand Cru» que es una palabra francesa. Este tipo de expresión usada por las empresas vitivinícolas, que desean atraer la mirada el ojo del consumidor, crea un especie de «contaminación identitaria», debilitando la identidad y el patrimonio propio de la cultura del vino en Chile. Desde su historia, Chile y su vino siempre estuvieron apoyados e influenciados por patrimonios diferentes pero mayoritariamente europeos, que son el francés y el español. Sus viñas fueron primeramente de procedencia española y desde el periodo de la filoxera sus viñas y sus cepas son mayoritariamente de procedencia francesa. Es por eso entonces que es complicado, en la denominación de origen de poder declarar un patrimonio fuerte ya que es de procedencia extranjera. Sin duda, Chile tiene en su patrimonio vitícola muchas cosas que ofrecer y que puede desarrollar tanto en la legislación como en las etiquetas de los vinos. Ejemplo de esto, el vino francés al principio no nació en Francia. Como ya hemos mencionado, sus viñas fueron implantadas por los Griegos y los Romanos a fines de conquista. Es a lo largo de los siglos que fue construyendo su identidad y su patrimonio vitivinícola aunque era de procedencia extranjera. Creemos que las dudas que se hace Chile sobre si es un patrimonio francés o un patrimonio español, no son preguntas relevantes que hacerse. Lo que se tendría que ver es la real identidad chilena, y desarrollarla. Además su legislación es muy reciente (2005) para poder tener una real objetividad de los avances o no de la denominación. La DO francesa tiene ya más experiencia

¹¹⁷ Institut National de l'Origine et de la Qualité. « AOC Bordeaux, Bordeaux Clairet, Bordeaux Rosé, Bordeaux Sec, Bordeaux Côtes de Francs et Bordeaux Haut-Benauges ». Disponible en: https://www.inao.gouv.fr/show_texte/29, fecha de última consulta: 29-06-2018.

legislativa, sabiendo que sus DO aparecieron al final del siglo 19, y oficialmente en 1935 con el decreto ley que fundo la institución en cargo de las denominaciones de origen, la INAO, de la cual hablaremos en el tercer apartado. Además tiene también una experiencia histórica de más de 2000 años que le ayuda en mantener la distancia con los errores cometidos en el pasado. Algunos especialistas chilenos, ven en la cepa Carmenere¹¹⁸ la solución de los problemas identitarios y patrimoniales en el vino ya que era una cepa solamente presente en Chile, pero que está presente ahora en todo el mundo. Hasta ciertos viñedos quieren reivindicar el hecho de que fueron ellos los que trajeron la cepa Carmenere al país, durante la crisis de la filoxera. Ejemplo de esto, Verónica Gómez, viñatera del viñedo Cousiño Macul¹¹⁹, explica lo siguiente sobre la cepa Carmenere en sus viñedos : « Ici nous en sommes à la sixième génération de vignerons, argumente Verónica Gómez. Le domaine a été fondé en 1856 par Don Cousiño lui-même, qui ramena également d'Europe des cépages non greffés préphyloxériques. C'est dire si ce domaine était prédestiné à la renaissance du carmenere... »¹²⁰. Pero el problema de esta cepa es que es demasiado frágil e inestable, ya que su calidad puede variar de un año a otro.

Pero lo que hay que cambiar fundamentalmente, es esa legislación que está demasiadamente pegada a la norma internacional, y que le impide desarrollarse en todas sus letras. Es más, la delimitación de las regiones vinícolas, como la Región Central, son delimitaciones administrativas y no delimitaciones que cumplen con requisitos de tradición o de « saber-hacer » como lo vimos en el primer apartado.

Como modo de respuesta a lo planteado al principio, es decir si estos dos países y sus respectivas denominaciones de origen respetan la característica patrimonial enunciada por lo internacional, la respuesta será diferente para ambos países. Sin duda, Francia tiene un sentido del patrimonio que está desarrollado hace mucho tiempo en cuanto al vino, algo que en Chile

¹¹⁸ Cepa que desapareció de los viñedos europeos durante la crisis de la filoxera porque es una de las cepas más frágil frente a las plagas y las enfermedades, que fue importada por Silvestre Ochagavía, pero también por el empresario Don Cousiño Macul, creador de la viña Cousiño Macul. De hecho hasta los años 90, los especialistas, enólogos la confundían con el Merlot, ya que son cepas muy parecidas. Fue en 1994, que se declaró el descubrimiento de cepas carmenere en el medio de cepas merlot.

¹¹⁹ Situado en la Región Central de Chile y más exactamente en Santiago.

¹²⁰Bard, Patrick y Ferrer, Marie-Berthe. « Carmenere, le cépage miraculé », 2010. Disponible en: https://www.lemonde.fr/voyage/article/2010/05/27/carmenere-le-cepage-miracule-du-chili_1351513_3546.html, fecha de última consulta: 28-05-2018.

se está desarrollando poco a poco, con fiestas como el Día Nacional del Vino¹²¹ o el Día del Patrimonio Cultural de Chile¹²² pero no todavía suficientemente para poder sobrepasar o igualar el nivel francés. Claramente, hay que obligatoriamente poder definir su propia identidad y darle sus letras de nobleza al patrimonio algo que a Chile le cuesta todavía frente a las potencias europeas, o extranjeras.

Eso sí, la tendencia actual en Francia frente a las AOC es un sentimiento de rechazo frente al nuevo papel que juega las AOP. Efectivamente, aunque la legislación europea en cuanto a vino apareció solo en 2009, tiene una importancia superior a la legislación nacional que es más antigua. Los especialistas empiezan a desconfiar de ella, por el hecho de que las normas europeas son más estrictas y los controles se hacen de manera más periódica y esto finalmente se podría ver como una especie de amenaza para el patrimonio y la identidad del vino francés que desarrollaremos en el capítulo 3 de esta investigación, junto al cuestionamiento del real interés e importancia de la actual denominación de origen chilena.

2.3. El Consejo Regulador :

Como última característica, Gonzalo Rojas en su artículo, destaca la presencia indispensable de un Consejo Regulador para poder proteger, promover y ocuparse de la legislación de las denominaciones de origen. « Para regular y defender la pureza, singularidad y calidad del producto, mediante la creación de un Consejo Regulador de características público-privadas, donde han de estar representados de forma democrática todos aquellos actores involucrados, directa o indirectamente, tales como los productores, autoridades locales y regionales, distribuidores y/o comercializadores, como así también algunos representantes de la cadena de valor del producto »¹²³. Claramente en los dos países estudiados se encuentra un organismo que se ocupa del tema de la denominaciones de origen.

Francia, ya como dicho precedentemente, forma parte de la Unión Europea y entonces tiene dos legislaciones « diferentes » para tratar de su denominación de origen. Pero aunque haya dos legislaciones, solo tienen un solo organismo que se ocupa de promover, proteger, legislar la denominación de origen: la INAO. Fue creada en 1935 por el decreto ley que oficializaba las denominaciones de origen en Francia. Hasta los años 90, el control se basa solamente en

¹²¹ Que se celebra el 4 de septiembre cada año.

¹²² Que se celebra cada año el último domingo de Mayo.

¹²³ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de DO para el vino chileno », Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 3, n°8, 2016, Pp./págs 145-173.

el vino y en los aguardientes. Se diversificó en 1990, y añadió a su campo de control los productos lácteos y los productos agroalimentario¹²⁴. Es por eso también que el Instituto cambio de estatuto en ese periodo, paso de ser un organismo de « natura jurídica privada » resaltando un gesto directamente asegurado y asumido por los profesionales del sector vitivinícola, «en oposición abierta al modelo dominante de los oficios agrícolas »¹²⁵ a en los años 90 en un « establecimiento público administrativo del Estado encargado de la puesta en marcha de las disposiciones legislativas y reglamentarias relativas a los signos de identificación de la calidad y del origen enumerados en el 1° del artículo L.640-2¹²⁶ ». En el aspecto jurídico podemos decir que el INAO respeta este marco público-privado intentando representar a todos los actores que están presentes en el área, aumentando más y más a partir de los años 90 las consultaciones a las asociaciones y a los sindicatos de productores regionales. Claramente, podemos decir que el INAO cumple su deber como Consejo Regulador, según las normas internacionales, pero lo que le podríamos reprochar y que no respetaría es que se diversificó a otros sectores haciendo que no se enfoca solo en el vino. Es decir que paso de ser un organismo controlador de la calidad del vino a un controlador de calidad de todo tipo de productos alimenticios que provenga del sector agrícola. Y esto podría ser una desventaja que podría perjudicar el sello y los productos vitivinícolas, pero esto será un tema que desarrollaremos en el tercer capítulo, en el apartado de la real legitimidad de las denominaciones de origen. Legisla sobre 57 denominaciones de origen más o menos conocidas internacionalmente¹²⁷.

¹²⁴Institut National de l'Origine et de la Qualité. « AOC-AOP ». Disponible en: <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIOO/Appellation-d-origine-protégée-Appellation-d-origine-controlée>, fecha de última consulta: 23-05-2018

¹²⁵ « Partant en 1935, d'un organisme défendant fermement sa nature juridique privée, mettant en avant une gestion directement assurée et assumée par les professionnels du secteur viti-vinicole, en opposition ouverte au modèle dominant des offices agricoles » traducción propia. Disponible en: <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-01020855/document>, fecha de última consulta: 23-05-2018.

¹²⁶ « L'Institut national de l'origine et de la qualité, dénommé « INAO », est un établissement public administratif de l'Etat chargé de la mise en oeuvre des dispositions législatives et réglementaires relatives aux signes d'identification de la qualité et de l'origine énumérés au 1° de l'article L.640-2 » traducción propia. Code Rural. París: Ministerio de la Agricultura, artículo L642-5 modificado por el decreto n°2015-1246 del 7 de octubre de 2015- art.4. Disponible en: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?idArticle=LEGIARTI000031282311&idSectionTA=LEGISCTA000006183018&cidTexte=LEGITEXT000006071367&dateTexte=20180528>, fecha de última consulta: 28-05-2018.

¹²⁷ Vin Bordelais. « Appellations ». Disponible en: <https://www.vinbordelais.com/appellations>, fecha de última consulta : 30-06-2018.

El INAO cubre todo el territorio y tiene subdivisiones en regiones. La de la Región de Burdeos se llama « INAO délégation Bordeaux » y es la que se preocupa de legislar las denominaciones y que se especializa en los vinos y espirituosos. Esta delegación es la representación de la sede central que se sitúa en París, y aplica las decisiones y las reglas dictadas por la sede central. Tiene un real papel en la denominación de origen y no solamente de simple representación¹²⁸.

En Chile, la institución que se encarga de las denominaciones de origen es el Servicio Ganadero y Agrícola (SAG) de Chile. El SAG es la institución que depende del Ministerio de la Agricultura como la institución francesa hoy en día y que se ocupa de controlar, promover, regular y «defender la pureza, la singularidad y calidad del producto », en este caso el vino. El SAG, fue creado después de la Reforma Agraria, embarcada y promulgada por el Presidente chileno Eduardo Frei Montalvo, el 28 de julio de 1967¹²⁹, reconocido como una persona jurídica de derecho público encabezada por Emiliano Ortega Riquelme primer director de la institución hasta 1970. Es desde 1985 que tiene el cargo de ocuparse de las denominaciones de origen pero no es su función principal, tal como lo explica el mismo¹³⁰ : « Otra función del SAG es controlar que los alimentos y medicamentos elaborados para animales sean seguros y no provoquen alteraciones en su salud, y que los productos químicos y orgánicos utilizados en el control de las plagas de los vegetales cumplan con sus normas de fabricación. Muy importante para seguir este logro, ha sido la ventaja de tener una excelente condición sanitaria de los vegetales y animales de importancia económica, que es considera un valioso patrimonio nacional» (SAG, 2015). Como se puede ver en esta función del SAG, la expresión «otra función » demuestra que finalmente este control de la denominación no es una prioridad para el SAG. No respeta esta parte de la definición de un real Consejo Regulador, ya que se siente que la legislación de la protección de la denominación de origen y su control es un cargo que está dejado de lado por la institución.

¹²⁸ Institut National de l'Origine et de la Qualité. « Organisation » 2017. Disponible en: <https://www.inao.gov.fr/Institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite-INAO/L-organisation-de-l-Institut-national-de-l-origine-et-de-la-qualite-INAO>, fecha de última consulta: 29-06-2018.

¹²⁹ SAG. « Historia ». Disponible en: <http://www.sag.gob.cl/quienes-somos/historia>, fecha de última consulta: 28-05-2018.

¹³⁰ SAG. « ¿Qué es y que hace el SAG? », 2015. Disponible en: <http://www.sag.gob.cl/quienes-somos/que-es-y-que-hace-el-sag>, fecha de última consulta: 28-05-2018.

Es más, el SAG tiene funciones solamente públicas ya que depende del Estado y más precisamente del Ministerio de la Agricultura, las funciones privadas que se evocan en la definición de la parte internacional de un Consejo Regulador no están presentes ya que solo es un organismo de «ayuda». Es decir, que aunque legisle no hace de la denominación una prioridad, siendo un organismo finalmente legislativo para la denominación y no combina o de muy poca forma lo « ejecutivo » lo que tendría que hacer a largo del tiempo si quiere tener la posibilidad de poder desarrollar la denominación de origen a otros productos que no sean las tres únicas denominaciones chilenas que son el Vino asoleado, el Pisco y el Pajarete¹³¹.

Último aspecto, es que aunque hayan sedes regionales, como la de Santiago, que es la Oficina Metropolitana, no son de real aporte en el sector de la denominación de origen ya que solo representan el SAG nacional. Tiene poco modo de acción ya que no es su plan de ataque principal.

Ahora bien, ¿cuál de los dos países respeta esta norma internacional del Consejo Regulador? Podemos decir que, comparando los dos países, Francia que maneja mucho mejor este sector y que lo respeta. En efecto, aunque que se diversificó en los años 90, el INAO se centra justamente en sellar los productos de calidad del territorio nacional francés. Obviamente, aunque actualmente se ve una tendencia al aumento del uso de la norma europea, Francia se toma en serio el hecho de controlar, promover, legislar su denominación a través del INAO. Es más, hace un real trabajo en regiones, con sus sedes representativas que apoyan su acción en el ámbito de la denominación.

En cambio, Chile es otro caso. Aunque en el papel es el SAG que se preocupa de controlar, legislar y promover la denominación de origen, existe un real vacío normativo y en lo práctico las sucursales regionales del SAG no se preocupan tanto de regular esta denominación de origen. Es más, como enunciado anteriormente solo se conocen tres reales denominaciones de origen. Y su papel en regiones no tiene mucha importancia ya que no se focaliza sobre las denominaciones de origen.

¹³¹ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de DO para el vino chileno », Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 3, n°8, 2016, Pp./págs 145-173.

Cuando se comparan ambos países en las tres características expuestas por la norma internacional, que son la Indicación Geográfica, el Patrimonio Cultural, y un Consejo Regulador, Francia es el país que respeta más esta norma. Efectivamente, toma en cuenta las tres características de forma muy seria e intentando no dejar una característica sobrepasar la otra. Por ejemplo, como en la norma internacional, Francia no tiende en confundir las palabras indicación geográfica y la denominación de origen, teniendo dos definiciones que se distinguen y que no crean una confusión. Obviamente, toma en consideración que para poder construir una denominación de origen la indicación geográfica es una parte primordial de la receta, pero sabe diferenciarlas. Francia tiene una tendencia muy importante en querer proteger su patrimonio y su identidad vitivinícola que es una tradición de 2000 años, y el sistema de denominación francés está acá claramente para ayudar, proteger este patrimonio y esta identidad como una madre con su hijo. Eso sí, lo que le podría reprochar es que le esté dando desde 2009 una real importancia a la denominación europea la AOP, dejando de lado la AOC que es la norma nacional. Esto quizás podría ser un freno para la constante evolución de lo nacional. De hecho, en algunos años, por la preponderancia de la AOP en los escritos, las cifras, y de los productos sellados por el INAO, podríamos ver la desaparición de la norma nacional para el provecho de la europea¹³². Podría ser también un avance cierto en la normativa, ya que aliviaría el campo normativo implicando a una sola norma, y no teniendo que dudar entre las dos, preguntándose siempre ¿cuál es la mejor?, ¿cuál es la que respeta más la natura del producto o cuál es la denominación que demuestra más la calidad del producto?

Como lo pudimos desarrollar a lo largo del capítulo, Chile logra desarrollar solo la parte de Indicación Geográfica y crea como en el ámbito internacional una confusión entre denominación de origen e indicación geográfica. Primeramente, solamente partiendo por ambas definiciones, podemos ver ya que le cuesta diferenciarlas porque empiezan de forma similar. Es más, se focaliza demasiado en la definición internacional, y lo que tendría que hacer para poder desarrollar la denominación y al fin al cabo poder construir realmente su patrimonio su identidad vitivinícola, es poder reformar las definiciones y el funcionamiento de esta denominación que cuenta solamente 3 denominaciones oficiales. En cuanto a su

¹³²Hendrick, Pascal. *C dans l'air, des bulles dans le vin (spéculatives)*. Francia: Maximal production y France Télévisions. 2011. 01:04:45. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=2PpYhPpbyC0>, fecha de última consulta: 07-05-2018.

Consejo Regulador, el SAG, no cumple el papel que tendría que tener un real consejo regulador. En primer lugar no está completamente focalizado en desarrollar, proteger, promover y legislar la denominación de origen. En las regiones, esta función está completamente dejada de lado, teniendo muy poca importancia.

A lo largo de este capítulo, destacamos los puntos fuertes y débiles que tienen las denominaciones de origen en ambos países. Sin duda, estas fuerzas y debilidades son las claves para el desarrollo o no del patrimonio y de la identidad vitivinícola para Francia y Chile, y tienen una fuerte influencia sobre ello. La denominación de origen es claramente la clave a la vez agrícola y cultural que desarrolla este ámbito, y que tiene que ser muy bien estructurada y legislada para que pueda tener un impacto a largo plazo y edificar las bases de la identidad y el patrimonio del vino. Enunciado anteriormente, el caso de Chile, frente a la potencia patrimonial francesa, es un caso que está en desarrollo y que necesita destacarse del entorno internacional porque está muy presente en sus normas, lo que lo perjudica. Es más, fuera del entorno internacional, las identidades y los patrimonios antiguos que formaron el sector vitivinícola en Chile, es decir el español y el francés, están todavía muy presentes en el entorno chileno. Efectivamente actualmente, como lo precisa Gonzalo Rojas en su artículo sobre el patrimonio y la identidad vitivinícola en Chile, se está notando que actualmente hay una revalorización simbólica por los «vestigios de la vitivinicultura colonial». ¿Por qué aparece este fenómeno?

Desde algunos años está apareciendo un fenómeno en las viñas que es un sector muy presente en el Valle californiano, es decir el enoturismo. En efecto, desde hace 10 años, el enoturismo ha conocido un boom y las visitas han crecido un 21,3% cada año generando 24 millones de dólares anual¹³³. La definición del enoturismo que tendría más sentido en este trabajo es la definición que tiene la Comisión de Turismo del Sur de Australia que define el enoturismo como una experiencia « las visitas a bodegas y regiones vinícolas, para experimentar las cualidades únicas de los modos de vida contemporáneos relacionados con el disfrute del vino en su origen- incluido la comida, el paisaje y la experiencia cultural ». ¹³⁴ Efectivamente, lo

¹³³ Errázuriz, Sofía. « Enoturismo genera US\$24 millones al año y representa 0,5% del turismo total », 2016. Disponible en: <http://www.pulso.cl/empresas-mercados/enoturismo-genera-us24-millones-al-ano-y-representa-el-05-del-turismo-total/>, fecha de última consulta: 30-05-2018.

¹³⁴ Winemakers' Federation of Australia. "Wine and Tourism". Disponible en: <https://www.wfa.org.au/resources/wine-tourism-toolkit/developing/wine-and-tourism/>

que se está viendo, por ejemplo en el Valle Central, es el aumento importante de número de viñas que proponen visitas de sus bodegas, de sus viñas. En total en 2015, se contaban 31 viñas que proponían tours en la Región Metropolitana, lo que hace de la región la principal región en enoturismo por la cercanía de Santiago, la capital¹³⁵. Este aumento del enoturismo, provoca un deseo de recuperación, por parte de las bodegas, del patrimonio colonial¹³⁶, con el fin de poder « conectarse no con la vitivinicultura francesa incorporada y adaptada desde el siglo antes pasado, sino que con aquella heredada desde tiempos hispánicos »¹³⁷. Esta tendencia a querer volver a lo ancestral, a lo hispánico, podría ser una manera de volver a la real identidad y al real patrimonio vitivinícola chileno, es decir retomar las bases para poder encontrar su propio sentido. Sin embargo, creemos que no es la solución para poder embarcar el desarrollo de la identidad vitivinícola chilena. Nos atreveremos en decir, que podría ser otra vez una manera de esconderse detrás de otra identidad como con las normas y las definiciones internacionales de la denominación de origen, y entonces perjudicar y amenazar las características patrimoniales de la viña chilena.

Junto a esta posible amenaza, el sector vitivinícola está pasando por un periodo importante en estos últimos diez años en el cual surgen nuevos desafíos que son para algunos oportunidades y para otros amenazas. Podemos decir que son tendencias que van relacionadas, y que tienden a ser problemas u oportunidades globales ya que se trata del desafío medioambiental y los vinos orgánicos, la especulación y los lobbies del vino, la subida de potencias como China en el sector, y el cuestionamiento de las denominaciones de origen en general. Compañías as como China en el sector, y el cuestionamiento de las denominaciones de origen en general. Se trata de estos temas como problemas o soluciones globales porque por ejemplo el desafío ambiental (por citar unos de los temas) es un tema muy recurrente hoy en día en cualquier sector estudiado, que sea económico, político, social... como por ejemplo el escrito Matias Franchini, Eduardo Viola y Ana Flávia Barros-

135

¹³⁶ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°4, 2015, pp./págs. 88-105.

¹³⁷ Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°4, 2015, pp./págs. 88-105.

Platiau, que trata de la política ambiental internacional hacia la gobernanza global¹³⁸. De estos desafíos enfrentados por el patrimonio y la identidad vitivinícola, son cuestionamientos al cual se enfrentan tanto Chile como Francia, y es una parte investigativa, que nos gustaría investigar en un futuro proyecto de investigación doctoral.

¹³⁸ Franchini, Matias; Viola, Eduardo y Barros-Platiau, Ana Flávia. « Los desafíos del Antropoceno: de la política ambiental internacional hacia la gobernanza global ». *Ambiente & Sociedade*, Vol 20, n°3, 2017, Pp./págs.179-206. Disponible en: http://www.scielo.br/pdf/asoc/v20n3/es_1809-4422-asoc-20-03-00177.pdf, fecha de última consulta: 29-06-2018.

Capítulo 3 : Los nuevos desafíos enfrentados por el sector vitivinícola, ¿amenazas u oportunidades?

Anteriormente, se quiso demostrar, los factores que hicieron que el patrimonio y la identidad vitivinícola han ido creciendo estos últimos años. Efectivamente, como se ha podido ver la historia y las políticas culturales y agrícolas fueron matrices que llevaron el patrimonio y la identidad a su paroxismo. Lo que se quiere estudiar en este tercer y último capítulo son los nuevos desafíos enfrentados por el patrimonio y la identidad vitivinícola. En efecto, últimamente una serie de factores fueron los desencadenantes del cuestionamiento de los últimos. Como se explicó en la introducción, este estudio de los desafíos se basarán en varios temas: el desafío medioambiental y la creación del vino orgánico, la presión de los lobbies sobre los gobiernos para cambiar la legislación y hacer más provecho, pero también al final un cuestionamiento de las denominaciones de origen, ¿serán de verdad una prueba de la calidad del producto? Este tercer capítulo será a su vez un comienzo de investigación que se podrá seguir en un futuro próximo ya que son desafíos recientes que se merecen ser estudiados, esto será una especie de «comienzo » del futuro proyecto de investigación.

3.1. El desafío medioambiental y el vino orgánico: ¿una amenaza para el patrimonio y la identidad cultural?

Como se ha podido ver últimamente, el desafío medioambiental es un tema que preocupa a todo el mundo, a cada país. Cada uno intenta por su lado mejorar las cosas pero es muy poco comparado con lo malo hecho. Por ejemplo, como caso concreto pudimos ver estos últimos tiempos, que Francia llegó, este 5 de mayo 2018, a su sobregiro ecológico¹³⁹, es decir que ha sobrepasado, a su escala, su consumo de recursos naturales que el planeta es capaz de ofrecerle. Esto provoca en todos los sectores una necesidad de poder hacer algo a su escala para poder ayudar nuestro planeta a mejorarse. En el sector vitivinícola, hace algunos años, se empezó a hablar de vinos « orgánicos » que requieren ser respetuoso del entorno y no contaminar el medio ambiente. Pero cuando hablamos de vinos orgánicos, ¿de qué hablamos? Cuando se trata de vinos orgánicos, dos teorías se enfrentan, la de la Unión Europea (con Francia obviamente) y la política estadounidense que influye también los demás países

¹³⁹ « Dépassement écologique ». Guillermin, Johan. « Ce 5 mai, la France atteint son « jour de dépassement écologique » 2018. Disponible en : <https://www.lanouvelrepublique.fr/a-la-une/ce-5-mai-la-france-atteint-son-jour-de-dépassement-ecologique>, fecha de última consulta: 07-05-2018.

americanos como Chile, por ejemplo. Magalie Fleurot¹⁴⁰, profesora de sociología del vino en la Universidad de Burdeos Montaigne, explica la diferencia entre estos dos mundos. En Europa, el ser « orgánico » significa que no se puede usar una lista de productos prohibidos por la Legislación de la Unión Europea sobre la Producción biológica¹⁴¹. Pero esta tolerado el uso de sulfatos en esta agricultura biológica. Mientras que, en Estados Unidos, cuando un vino está considerado como orgánico o orgánico significa no se permite el uso de cualquier elemento químico en el viñedo y en la bodega. Contrariamente al modelo europeo, en Estados Unidos el sulfato está totalmente prohibido en los vinos orgánicos. Entonces lo que podemos decir es que los vinos orgánicos americanos se parecen más a lo que los franceses llaman «le vin naturel » vino al cual no se le añade sofre ¿sufré? durante la vinificación. Con la llegada de este vino orgánico en las mesas francesas, como chilenas, varios especialistas dudaron sobre la calidad del producto, aunque sea ecológico. Es más hasta se preguntaron si no era una amenaza para el patrimonio y la identidad cultural porque quizás podría cambiarle el aspecto, el gusto, la identidad...¹⁴²

Como se pudo ver a lo largo de la investigación, finalmente se pudo notar en ciertos puntos que Francia y Chile coincidían, pero en este sector orgánico es aún más complicado. En efecto, podemos decir que un país «emergente » como Chile es un lugar más favorable al desarrollo de una viticultura orgánica. Como se pudo ver a lo largo de la investigación, finalmente se pudo notar en ciertos puntos que Francia y Chile coincidían, pero en este sector biológico es aún más complicado. En efecto, podemos decir que una nación «emergente » como Chile es más favorable al desarrollo de una política biológica, ecológica para el vino ya que tiene las condiciones para poder llevar a cabo este proyecto. Francia, es un Estado con más de tradiciones, que forma parte del Viejo Mundo y que le cuesta cambiar de rumbo cuando está acostumbrado a una técnica, y sabemos de qué hablamos. Hasta especialistas

¹⁴⁰ Doctora en culturas y literaturas del mundo inglés. Disponible en: http://www.u-bordeaux-montaigne.fr/fr/recherche/equipes_de_recherche/climas.html?param=184:81:mfleurot, fecha de última consulta: 07-05-2018.

¹⁴¹ EU Law on Organic Production. Bruselas: The European Council of Agricultural Ministers, 2007. N°834/2007. Disponible en: https://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/eu-legislation/brief-overview_fr, fecha de última consulta: 07-05-2018.

¹⁴² Hendrick, Pascal. *C dans l'air, des bulles dans le vin (spéculatives)*. Francia: Maximal production y France Télévisions. 2011. 01:04:45. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=2PpYhPpbyC0>, fecha de última consulta: 07-05-2018.

reconocidos como Périco Legasse¹⁴³, que explican que « A force d’être bio, ça devient du vinaigre ». Pero se puede decir que este especialista es un purista que está conectado con el patrimonio, las tradiciones y que le cuesta poder cambiar de idea sobre la agricultura biológica que sería diferente a la agricultura tradicional. Ahora bien. Primero estudiaremos el contexto internacional de la vitivinicultura orgánica y cuáles son sus diferentes alternativas. Después, estudiaremos las dos naciones, porque, aunque sea un capítulo más analítico y crítico, se requiere todavía la comparación entre ambas ya que es el asunto del proyecto de investigación. Concluiremos este apartado viendo si sí o no la vitivinicultura orgánica es una amenaza para el desarrollo del patrimonio y de la identidad cultural del vino. Empecemos primeramente por Chile que la que está a favor de este nuevo rumbo en el crecimiento de la agricultura orgánica y mejor dicho de la vitivinicultura orgánica.

En 2005, La Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica explicaba lo siguiente sobre la viticultura orgánica «la viticultura orgánica es un sistema de producción que mantiene y mejora la salud de los suelos, los ecosistemas y las personas. Se basa fundamentalmente en los procesos ecológicos, la biodiversidad y los ciclos adaptados a las condiciones locales, sin usar insumos que tengan efectos adversos. La viticultura orgánica combina tradición, innovación y ciencia para favorecer el medio ambiente que compartimos y promover relaciones justas y una buena calidad de vida para todos los que participan en ello»¹⁴⁴. Esta definición es el marco que le pone el mundo a la viticultura orgánica acercándose más bien del concepto americano que procura usar ningún producto hasta el azufre. Otra forma de producir vinos ecológicos es la viticultura biodinámica que es una técnica inventada por Rudolf Steiner¹⁴⁵ en los años 20 que comparte los mismos enfoques, métodos y objetivos que la viticultura orgánica pero que se distingue por el empleo de métodos dinámicos cuyo propósito es revitalizar el agro ecosistema, con la ayuda de 8 preparados homeopáticos que se añaden al compost definidos por el filósofo¹⁴⁶.

¹⁴³ Hendrick, Pascal. *C dans l’air, des bulles dans le vin (spéculatives)*. Francia: Maximal production y France Télévisions. 2011. 01:04:45. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=2PpYhPpbyC0>, fecha de última consulta: 07-05-2018.

¹⁴⁴ IFOAM. « Definition of organic viticulture. International Federation of Organic Agriculture Movements » 2008.

¹⁴⁵ Rudolf Steiner fue un filósofo austriaco fundador de la antroposofía, la educación Waldorf, la agricultura biodinámica, la medicina antroposófica.

¹⁴⁶ Pino Torres, Carlos A. « Manual de viticultura orgánica » 2013. Universidad Católica, Curicó, Región del Maule, Chile.

Se considera hoy en día que el trato de la agricultura y de la viticultura orgánica es muy pobre comparado a la superficie de vid en el mundo. Efectivamente, en 2017, la Organización Internacional del Vino destacó un total de 7,6 millones de hectáreas de vid en el mundo cuyos 5% eran solamente orgánicos¹⁴⁷. Esto demuestra que, aunque haya un voluntad de parte de los países de desarrollar la viticultura orgánica y que hay un avance en este sector, todavía es un terreno un poco débil que le falta mucho desarrollo y que puede dar miedo a los empresarios vitivinícolas.

¿Cuál esta situación en los países estudiados? Cuando se trata de vino orgánico, y que se hace una búsqueda en internet poniendo «vino orgánico en el mundo » el primer país que aparece es Chile. Estos últimos años, Chile es un país que atrae para este sector en cuanto a su clima, aunque claramente se interesó a este sector muy tardíamente (oficializando las normas técnicas que creó el Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos Agrícolas solo en 2007)¹⁴⁸ y que fue provocado por las migraciones europeas y estadounidenses pero también los viajes hacia el exterior. En efecto, por sus condiciones climáticas y su aislamiento geográfico, Chile sería según varios especialistas nacionales e internacionales el « Paraíso »¹⁴⁹ para el vino ecológico, porque dificulta la entrada de plagas que matan los viñedos y que necesitan un tratamiento específico. Esto se ha podido ver anteriormente en la historia con la crisis de la filoxera en el siglo 19 que mató a más de la mitad de los viñedos europeos y estadounidenses y que no alcanzó llegar a Chile por la lejanía, pero también por el aislamiento geográfico hecho por la Cordillera de los Andes. Al igual que las cifras mundiales, aunque Chile sería el « paraíso » para esta viticultura biológica, solo representa 3,571 hectáreas sobre las 125,000 hectáreas de vid que tiene en total, es decir un 2,85% del

¹⁴⁷ Organisation Internationale du Vin. « Éléments de conjoncture mondiale » 2017. Disponible en: <http://www.oiv.int/public/medias/5264/oiv-noteconjmars2017-fr.pdf>, fecha de última consulta: 08-05-2018

¹⁴⁸ Ley de Creación del Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos Agrícolas. Santiago: Ministerio de Agricultura, 2007. Ley n°20.089. Disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=264164>

¹⁴⁹ Aguilar, Carmen. « Chile: el Paraíso para el vino ecológico que se va al exterior » 2015. Disponible en: <http://www.24horas.cl/nacional/chile-el-paraiso-para-el-vino-ecologico-que-se-va-al-exterior-1615133>, fecha de última consulta: 08-05-2018.

área total¹⁵⁰. Ciertas viñas empezaron desde los años 90, como la viña Miraflores¹⁵¹, que desde entonces tiene la certificación de vinos orgánicos¹⁵², y que intentan mostrarle el ejemplo a las demás viñas. Lo que demuestra también el poco avance en este sector es que las viñas que emprenden este rumbo orgánico se encuentran solas, ya que no tienen todavía el apoyo gubernamental, que según los representantes de la Viña Koyle ¹⁵³ « llegará a medida que el consumidor lo demande »¹⁵⁴.

Como Chile, aunque menos propicio a la viticultura orgánica ya que tiene una área débil frente a las plagas y a las enfermedades (como se pudo ver con la crisis de la filoxera en el siglo XIX), Francia vio su relación con la agricultura orgánica crecer en los años 80 ¹⁵⁵ cuando se tomó seriamente en cuenta el pacto ecológico y que se hicieron legislaturas, primeramente la legislatura nacional en 1985 y después en 1992 la legislatura europea. Contrariamente al sello chileno, el sello ecológico es un sello gubernamental (dado por el Estado y más precisamente por el Ministerio de la Agricultura) pero que esta remplazado poco a poco por el sello europeo¹⁵⁶, que de toda forma es un sello de política pública, ya que el chileno esta gestionado por una empresa privada. Como con Chile y las cifras mundiales, aunque va creciendo, el vino orgánico en Francia representa un 8,7% de la vid nacional¹⁵⁷, una cifra todavía muy baja

¹⁵⁰ Aguilar, Carmen. « Chile: el Paraíso para el vino ecológico que se va al exterior » 2015. Disponible en: <http://www.24horas.cl/nacional/chile-el-paraiso-para-el-vino-ecologico-que-se-va-al-exterior-1615133>, fecha de última consulta: 08-05-2018.

¹⁵¹ La Viña Miraflores es una viña situada en el Valle de Maipo, en la Región Central.

¹⁵² Es la empresa IMO control (Institute of Marketecology), que se instaló en Chile hace 15 años, que da esta certificación orgánica a las viñas. La etiqueta de certificación ecológica se gana después de 36 meses sin uso de fertilizantes, o de pesticidas.

¹⁵³ Otra viña que emprendió el sector orgánico en su viña pero usando la viticultura biodinámica.

¹⁵⁴ ¿Será una condición para que los empresarios decidan cambiarse por la viticultura orgánica?

¹⁵⁵ Aunque ya había empezado este interés por la agricultura orgánica desde los años 70.

¹⁵⁶ Por la ley que se aplica a todas las producciones vegetales biológicas por el Reglamento europeo CE 2092/911 y que es común a todos los países de la Unión Europea. Todo el contenido del reglamento se encuentra ahí : http://www.itab.asso.fr/downloads/Fiches-techniques_viti/viti%20reglementation.pdf fecha de última consulta: 08-05-2018

¹⁵⁷ Rosnoblet, Jean-François. « Le marché des vins bio en plein essor en France », 2017. Disponible en: <https://fr.reuters.com/article/topNews/idFRKBN1511GZ>, fecha de última consulta: 29-06-2018.

¿Por qué las cifras internacionales, chilenas, francesas son tan bajas? Como he expuesto en la introducción de este apartado, para ciertas personas, especialistas, enólogos, críticos gastronómico, propietarios de viñedos la viticultura orgánica sería una amenaza para el desarrollo del patrimonio y de la identidad culturales vino. En efecto, esto sería una pérdida de los valores, la identidad construida a través de los años. Es más, para ellos, un consumidor tiende más en ir hacia un vino tradicional que no contiene un sello ecológico por costumbre y por miedo de caer sobre un vino tipo « vinagre » como lo calificó el crítico gastronómico francés¹⁵⁸. Ahora bien. La principal diferencia entre Francia y Chile, es que, aunque tengan las mismas disposiciones climáticas, el hecho de que Chile esté al lado de la Cordillera cambia las cosas. Efectivamente, la Cordillera efectúa una barrera natural contra las plagas que predispone más a Chile para el desarrollo de un vino orgánico. Es más, otra diferencia es que Francia tiene un apego al saber hacer tradicional incondicional aunque forma parte de los tres países con más viticultura orgánica en el mundo¹⁵⁹. Este apego a las tradiciones, tan intenso, no hace pensar en una especie de « melancolía del patrimonio », es decir un sentimiento que podrían sentir estos especialistas frente al desarrollo de una nueva forma de hacer el vino que « podría » cambiar una identidad y todas unas tradiciones que forman parte de este patrimonio, al cual no quieren tocar por miedo de destruirlo o de cambiarle su manera de ser y entonces perder lo construido siglos tras siglos. Se siente por ejemplo en los viñedos tradicionales que tienen un reconocimiento internacional como en la región Bordelesa¹⁶⁰ o en la región de Champagne¹⁶¹ que demuestran una tasa de cambio a lo orgánico muy bajo. De hecho, este sentimiento se puede sentir también en Chile, como lo explica Leonardo Severino en el artículo de 24 horas nacional «lo orgánico no se aprecia por un tema cultural». Podemos ver que son viñedos no tan grandes que deciden al cambio de la viticultura orgánica porque al tener menos terreno se le puede dedicar más tiempo a la viña durante la vendimia y para

¹⁵⁸ Hendrick, Pascal. *C dans l'air, des bulles dans le vin (spéculatives)*. Francia: Maximal production y France Télévisions. 2011. 01:04:45. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=2PpYhPpbyC0>, fecha de última consulta: 07-05-2018.

¹⁵⁹ Potevin, François. « Quels vignobles produisent le plus le bio ? », 2017. Disponible en : <https://vinsdumonde.blog/quels-vignobles-produisent-le-plus-en-bio/>, fecha de última consulta : 08-05-2018.

¹⁶⁰ Tiene un 7% de su viñedo que es de procedencia orgánica. Potevin, François. « Quels vignobles produisent le plus le bio ? », 2017. Disponible en : <https://vinsdumonde.blog/quels-vignobles-produisent-le-plus-en-bio/>, fecha de última consulta : 08-05-2018. « On remarque les vignobles les plus prestigieux... »

¹⁶¹ Tiene solo un 1,3% de su viñedo que es de procedencia orgánica. Potevin, François. « Quels vignobles produisent le plus le bio ? », 2017. Disponible en : <https://vinsdumonde.blog/quels-vignobles-produisent-le-plus-en-bio/>, fecha de última consulta : 08-05-2018. « Que penser de la Champagne dont seule 1,3% de la surface est de la viticulture biologique ? ».

también poder preparar las preparaciones naturales para el compost. Ejemplo de esto la viña Miraflores¹⁶² que es la pionera en vinos orgánicos siendo la primera en emprender la viticultura orgánica en el país.

Esto se puede tratar también como un «riesgo ambiental», concepto tratado por el sociólogo alemán, Ulrich Beck, y uno de sus rasgos la «relación naturaleza-cultura». Para los industriales del vino este concepto orgánico, este vino orgánico es una toma de riesgo más que importante, en el cual perdería el control sobre las cosas. Estos industriales, como se podrá ver en el segundo apartado, tomaron el vino como un bien de consumo que favorecía «el crecimiento industrial, su cultura y valores sobre el cuidado del medio ambiente»¹⁶³. Podemos ver que finalmente, esta situación altera la relación naturaleza cultura y provoca una destrucción generalizada de la ecología. En efecto, como se sabe muy bien, el único miedo que le tiene el empresario al mundo del negocio es la pérdida de dinero, bueno y también a la competencia, pero finalmente tener competencia significa también perder dinero. En países como Francia, en donde no hay presencia de una barrera natural como la Cordillera, es mucho más difícil mantener un viñedo a salvo por la presencia de las plagas y de las enfermedades, lo que provocaría una subida de la mano de obra, de los medios usados, los tiempos pasados con la viña, pero también pérdidas de viñedos (en los primeros años por lo menos, el tiempo de ajustarse) es decir una pérdida enorme de plata.

Evidentemente, en cierto punto, se pueden entender a estos industriales. Los primeros años de cosecha de viñedo orgánico, por falta de experiencia, se pierde dinero, una parte de la producción, pero por ejemplo en Francia se tienen ayudas para este tipo de cambio brutal. Efectivamente, desde el año 2011, los Consejos Regionales prevean una ayuda para cada productor que cambie su producción a lo orgánico, gracias a los Programas de Desarrollo Rurales Regionales (PDRR) basados en el segundo pilar¹⁶⁴ de la Política Agrícola Común es decir el Desarrollo Rural. Para la región de Burdeos que es la región Aquitaine el Programa

¹⁶² Viñas Miraflores Orgánicos. Disponible en: <http://www.mirafloresdelmaipo.cl>, fecha de última consulta: 08-05-2018

¹⁶³Beck, Ulrich. *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós, 1998. Pág.206

¹⁶⁴ El segundo pilar de la política agrícola común contribuye al desarrollo de los territorios rurales y de un sector agrícola más equilibrado, más respetuoso del clima, más sostenible frente a los cambios climáticos, más competitivo e innovador.

proyectó para el periodo 2014-2020 una ayuda de 595,3M de euros¹⁶⁵. Yéndonos un poco más allá del estudio, es por este tipo de ayudas y otras ayudas que recibe Francia cada año por la PAC, que Francia se niega frente a los países de este miembros de la Unión Europea en suprimir la PAC o en reformarla drásticamente¹⁶⁶.

Podemos ver entonces que la plata para un país como Francia y para los productores que trabajan en Francia y que quieren cambiarse a lo orgánico no es un real problema. Por la parte chilena, como he explicado precedentemente, no se ha visto todavía un real avance sobre una legislación de ayuda a la viticultura orgánica. Podemos creer que este tipo de sistema de ayuda se verán posibles cuando habrá una demanda más y más importante de vinos orgánicos.

Otro «problema» que podría causar la producción de vinos orgánicos, para los puristas, es un cambio de la calidad y del gusto del vino. En efecto, cambiar esta forma de hacer el vino, es una destrucción del patrimonio ya que son técnicas ancestrales, que llevan siglos presentes en la mente colectiva. Pero ¿realmente el vino orgánico baja la calidad del vino? ¿No serán justamente los pesticidas usados en la viticultura tradicional que «destruyen» la calidad de este último?

Un estudio hecho recientemente por más de 70 chefs y bodegueros reconocidos tiene resultados alarmantes. Este estudio consistía en lo siguiente : para denunciar los peligros de las pesticidas, Gilles-Eric Séralini, profesor en la Universidad de Caen (Francia), especialista de los OMG y de las pesticidas, y Jérôme Douzelet, chef especializado en la cocina biológica, iniciadores del estudio y del libro que deriva de este estudio¹⁶⁷, han puesto en marcha un protocolo de degustación de las pesticidas diluidas en agua dosificadas como se encuentran en el vino. La meta era de poder identificar las sensaciones provocadas en la nariz y en el paladar para poder después reconocerlas en el vino. El estudio demuestra que hay demasiadas pesticidas encontradas en el vino convencional que ha sido probado. Paralelamente a la degustación, co-autores realizaron exámenes para detectar las tasas de residuos en las pesticidas en cientos de botellas de vinos. Los resultados fueron los siguientes «En 50 botellas convencionales probadas, 80% comportaban residuos de pesticidas que alcanzaban una cifra

¹⁶⁵Région Nouvelle Aquitaine. «FEADER». Disponible en: <https://www.europe-en-nouvelle-aquitaine.eu/fr/fonds-europeen/feader.html#>, fecha de última consulta: 18-05-2018.

¹⁶⁶ Maligorne, Clémentine. «Présidentielle : faut-il supprimer la PAC», 2017. Disponible en: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2017/03/13/20002-20170313ARTFIG00007-presidentielle-faut-il-supprimer-la-pac.php>, fecha de última consulta: 29-06-2018.

¹⁶⁷ Séralini, Gilles-Eric y Jérôme Douzelet. *Le goût des pesticides dans le vin*. Arles: Actes Sud, 2018.

alarmante y que es 3000 veces más fuerte que la dosis autorizada en el agua potable». Este estudio colecciona tanto los pequeños agricultores como los grandes grupos industriales. Jérôme Douzelet explica que hay una «real falta de reglamentación sobre el producto terminado». En efecto, se efectúan controles estrictos sobre la producción, la manera de hacer el producto, pero no hay una real verificación del producto terminado, lo que ocasiona tasas de residuos de pesticidas alarmantes más de lo que pensamos. A lo visto en este estudio, aunque allá un control estricto durante la producción, el trabajo no se hace enteramente y finalmente los pesticidas deterioran el gusto del vino que podría ser sin ellos aún más auténtico¹⁶⁸.

Podemos decir finalmente que no es hacer un vino orgánico que cambia la identidad del vino. Es la manera tradicional de hacerlo que traiciona su identidad y su esencia. El vino orgánico es una alternativa para a la vez encontrarse de nuevo con la real identidad de ambos países en el sector vitivinícola pero también para respetar el entorno que se está destruyendo de día en día. Podemos notar en ambos países una especie de «contradicción». En efecto, aunque Chile se le considera como el «paraíso» de la viticultura orgánica, el gobierno y las instituciones agrícola como el Ministerio de la Agricultura o el Servicio Agrícola y Ganadero no tienen todavía un interés en ayudar las explotaciones que se cambian a lo orgánico, lo que complica este cambio para ciertos viñedos que no tienen necesariamente los recursos suficientes para poder hacer este cambio drástico. En cambio, Francia, que tiene ayudas al nivel europeo, que desemboca sobre una ayuda regional/nacional, que no es un país «paraíso» para la viticultura orgánica ya que es más frágil frente a las plagas, tiende mucho menos al cambio como se puede ver en las bodegas ancestrales como en las de Burdeos o en la región de Champagne. Se nota más una presencia de este viñedo orgánicos en pequeñas explotaciones como se puede ver en el sur de Francia, o en pequeños viñedos de la región central de Chile ya que tienen menos hectáreas que vigilar y menos trabajo de explotación y de cambio.

Creemos entonces, que el vino orgánico no es una amenaza para el patrimonio y la identidad vitivinícola ya que es finalmente una vuelta a lo ancestral y hecho de manera respetuosa hacia el entorno. Un hecho importante de subrayar, es que antes de la aparición de los pesticidas y los productos de trasplantes, la viticultura se hacía de manera totalmente orgánica, y que por

¹⁶⁸ Séralini, Gilles-Eric y Jérôme Douzelet. *Le goût des pesticides dans le vin*. Arles: Actes Sud, 2018.

ende demuestra que lo orgánico tendría más legitimidad que la viticultura llamada «tradicional» ya que era la técnica previa. Es de manera profunda que los pesticidas y los transgénicos cambian el gusto del vino y en definitiva su identidad y su patrimonio.

Obviamente, hay que haber un cambio en las mentalidades para poder llegar a un resultado de viñedos orgánicos que puedan superar al menos el 10% de la producción, añadiendo legislación en Chile que pueda ayudar a los viticultores y que en Francia el estereotipo frente a lo orgánico cambie. Las cifras de la demanda de cultura orgánica no para de crecer de año en año, pero todavía no es bastante potente como para cambiar totalmente el rumbo. Pero seamos positivo y pensemos que en un futuro (próximo con un poco de suerte) la demanda sea tan fuerte que los productores vitícolas decidan de cambiar su opinión sobre la viticultura orgánica y el vino orgánico que es claramente una oportunidad para el desarrollo de la identidad y del patrimonio cultural del vino en Francia y en Chile.

3.2. Cambio legislativo e influencia en los gobiernos nacionales: los lobbies del vino una amenaza para el patrimonio y la identidad del vino en Francia y en Chile:

Como explicado anteriormente, estos últimos 10 años con el desarrollo de la globalización, y una fuerte demanda de los países asiático (sobre todo China) por el sector vitivinícola, apareció un nuevo actor que podría ser una amenaza para el patrimonio y la identidad vitivinícola: los lobbies del vino.

Efectivamente, estos lobbies, «son empresas, grupos de empresas, sindicatos profesionales (...) y el único punto en común que tienen estos diferentes tipos de lobistas es que quieren influenciar un centro de poder focalizado en el sentido de sus intereses, del de sus afiliados o más simplemente conformemente a su voluntad o su ideología. Generalmente, el lobbying actúa sobre los representantes del poder. A veces lo hace a través de la opinión pública en contra de los políticos : pero no es una ley general: el lobbyismo toma muchas veces la forma de un favor cumplido por el lobbyista a su meta política que está totalmente de acuerdo, por ejemplo preparándole expedientes listo para la firma»¹⁶⁹. En el sector del vino, son los

¹⁶⁹ « Les lobbies sont de natures très variées : une entreprise, un groupement d'entreprises, un syndicat professionnel, une église, une obédience franc maçonne, un think thank, une association o un club de bridge. Le seul point commun entre ces différents lobbyistes est qu'ils veulent influencer un centre de pouvoir ciblé dans le

empresarios, los bodegueros, grandes empresas que son propietarias de « châteaux », o hasta las organizaciones internacionales que están encargadas del sector vitivinícola como la OIV¹⁷⁰, o al nivel europeo la Asociación para la cultura y el intercambio turístico que desarrolla la cultura del vino. ¿Pero en qué los lobbies del vino pueden influir los políticos o las estancias internacionales para poder obtener lo que quieren? ¿con qué fin los lobbies del vino quieren influir en las políticas? Y ¿actuarán de la misma forma en los dos países estudiados que son Francia y Chile?

Primeramente, queremos destacar en qué sector del área vitivinícola pueden actuar los lobbies. Lo que veremos es una situación: frente a una ley o aun gobierno, con cambios en la legislación o propuestas de planes para desarrollo de la industria vitivinícola.

Cuando se trata de Francia y de influencia sobre la legislación de un país, se trata directamente de lo sucedido con la ley que controla las publicidades sobre el alcohol y el tabaco, la Loi Evin. Sin duda, esta ley es la ley que ha hecho más polémica entre los lobbies del vino y el gobierno en estos últimos años. ¿Qué es esta ley? Como explicado anteriormente y en la introducción, la Ley Evin es la ley que lucha en contra del tabaquismo y del alcohol en Francia desde el 10 de enero 1991¹⁷¹ pero lo que hace más polémica actualmente es la gestión en contra de la publicidad sobre alcoholes y tabaco. En efecto, según los lobbies pro-vitivinícola, esta ley es una ley que «demoniza» el vino y lo caracteriza como una vulgar bebida alcohólica, impidiéndoles hacerle publicidades y campañas marketing para la televisión y los lugares públicos ya que son lugares y áreas estratégicas para desarrollar la actividad y atraer consumidores. ¿De qué manera influncian o influenciaron el gobierno francés? Es desde la llegada en el gobierno francés de Emmanuel Macron, como ministro de la economía¹⁷² o

sens de leurs intérêts, de celui de leurs adhérents, ou tout simplement conformément à leur volonté ou leur idéologie.

Généralement, le lobbying agit sur les représentants du pouvoir. Parfois il le fait au travers de l'opinion publique contre le gré des politiques : Ce n'est pas cependant une loi générale : le lobbyisme prend souvent la forme d'un service rendu par le lobbyiste à sa cible politique tout à fait consentante, par exemple en lui préparant des dossiers prêts à signer. », traducción propia. Attac Paris. « Les lobbies au coeur de la gouvernance européenne ». Disponible en: <http://www.adequations.org/IMG/pdf/TexteLobbyAttac12-2.pdf>, fecha de última consulta: 30-05-2018.

¹⁷⁰ Organización Internacional del Vino.

¹⁷¹ Es Claude Evin, ministro de la salud y de la protección social en este tiempo en el gobierno de François Mitterrand, que le dio su nombre a la ley y que fue el iniciador de esta misma.

¹⁷² Bajo el gobierno del Primer Ministro Jean-Marc Ayrault y del Presidente de la República François Hollande.

actualmente como Presidente de la República, que la voz de los lobbies del vino se hace escuchar de manera potente en los medios de comunicación franceses y en el mundo.

¿Cómo se presenta este lobby del vino en Francia? Está representado por Vin & Société que es «una estructura única en Francia. Fuertemente implantada en regiones y fiel representante de toda una filial, desea ser el líder de opinión, transmitir tradiciones y valores pero también ser un laboratorio de nuevas ideas para el vino y la sociedad de mañana»¹⁷³. Este organismo representa toda la esfera vitivinícola es decir 7 organismos profesionales como por ejemplo la Asociación Nacional interprofesional de vinos de mesa y de los vinos del país¹⁷⁴. Esta representación del sector vitivinícola al nivel nacional es una representación muy intensa y muy enfocada en sus objetivos ya que, como dicho precedentemente, está presente en el gobierno. Vela por sus intereses y logró imponer su estilo en varias decisiones tomadas por el gobierno. Su principal combate, es el combate contra la Ley Evin y logró en varias ocasiones cambiarla, en 1999, 2005 y en 2015. Justamente, el año 2015 fue un año de auge para el lobby del vino ya que se aflojó la Ley Evin, autorizando la información enológica y haciendo del vino una bebida diferenciada de la simple bebida alcohólica. Es más, fue en este año también que se creó una gran campaña de comunicación para poder darle a los franceses « los puntos de referencias del consumo de vino » llamado « 2.3.4.0 »¹⁷⁵ y con el lema siguiente « Aimer le vin, c'est aussi avoir un grain de raison ».

Otra campaña choque para demostrar que tienen el apoyo de los políticos y también para demostrar que el vino es diferente al alcohol, fue una campaña en la cual vemos al antiguo presidente, François Hollande, o al antiguo Primer Ministro, Jean-Marc Ayrault tomando un vaso de vino blanco durante Vinexpo evento que se celebra cada año en Burdeos, con las frases siguiente en las fotos « Merci, Monsieur le Président, de soutenir la 2ème activité

¹⁷³ « Vin & Société est une structure unique en France. Fortement implantée en régions et porteuse de la dynamique de toute une filière, elle souhaite être leader d'opinion, transmettre traditions et valeurs mais aussi être un laboratoire d'idées nouvelles pour le vin et la société de demain. » Traducción propia. Disponible en: <http://www.vinetsociete.fr/se-mobiliser-pour-le-vin/missions-et-valeurs>, fecha de última consulta: 30-05-2018

¹⁷⁴ ANIVIT, Association Nationale Interprofessionnelle des Vins de Table et des Vins de Pays.

¹⁷⁵ France Bleu. « « Aimer le vin, c'est aussi avoir un grain de raison » : la campagne qui fait débat », 2015. Disponible en: <https://www.francebleu.fr/infos/societe/aimer-le-vin-c-est-aussi-avoir-un-grain-de-raison-la-campagne-qui-fait-debat-1449687288>, fecha de última consulta: 29-06-2018.

exportatrice de notre pays »¹⁷⁶ y « Merci, Monsieur le Premier Ministre, de soutenir les 500 000 hommes et femmes qui produisent du Made in France »¹⁷⁷ :



COMMUNIQUE

Merci, Monsieur le Président, de soutenir la 2^{ème} activité exportatrice de notre pays

Hélas, en France, on s'apprête à lutter contre le vin et non plus contre la consommation excessive d'alcool, combat de santé publique que nous faisons nôtre. Désormais jugé nocif dès le 1^{er} verre, un arsenal de mesures est envisagé contre le vin, symbole de la France et de notre art de vivre.

Avec 31 millions de Français consommateurs responsables de vin et 500 000 hommes et femmes qui ont réussi à en faire la 2^{ème} activité exportatrice de notre pays, nous vous demandons de nous aider à donner au vin toute la place qu'il mérite en France.

Monsieur le Président, pour mieux connaître ces mesures et leurs conséquences, comprendre notre inquiétude et rejoindre notre mobilisation, rendez-vous sur :

cequivraimentsaoulerlesfrançais.fr

LES 500 000 ACTEURS DE LA VIGNE ET DU VIN



COMMUNIQUE

Merci, Monsieur le Premier Ministre, de soutenir les 500 000 hommes et femmes qui produisent du Made In France

Hélas, en France, on s'apprête à lutter contre le vin et non plus contre la consommation excessive d'alcool, combat de santé publique que nous faisons nôtre. Désormais jugé nocif dès le 1^{er} verre, un arsenal de mesures est envisagé contre le vin, symbole de la France et de notre art de vivre.

Avec 31 millions de Français consommateurs responsables de vin et 500 000 hommes et femmes qui ont réussi à en faire la 2^{ème} activité exportatrice de notre pays, nous vous demandons de nous aider à donner au vin toute la place qu'il mérite en France.

Monsieur le Premier Ministre, pour mieux connaître ces mesures et leurs conséquences, comprendre notre inquiétude et rejoindre notre mobilisation, rendez-vous sur :

cequivraimentsaoulerlesfrançais.fr

LES 500 000 ACTEURS DE LA VIGNE ET DU VIN

Fuente : <https://www.nouvelobs.com/les-internets/20130930.OBS9115/une-erreur-de-copier-coller-declenche-une-fronde-des-viticulteurs.html>

Lo que pasaba realmente, aunque las fotos desean mostrar lo contrario, es que el gobierno de François Hollande estaba preparando nuevas reformas para poder luchar contra la droga y la toxicomanía extendiéndolas a las bebidas alcohólicas. Para el sector del vino, fue una amenaza cierta del gobierno, y contestó con esta campaña fuerte, queriendo « demostrar que el vino (francés) no es una droga »¹⁷⁸, dándole completamente la vuelta a una imagen que no era destinada a este tipo de comunicación desde un principio, pero también intentando hacer

¹⁷⁶ Infos Bordeaux. « Bordeaux : La filière viticole va-t-elle entrer en guerre contre le gouvernement socialiste ? », 2013. Disponible en : <http://www.infos-bordeaux.fr/2013/actualites/bordeaux-la-filiere-viticole-va-t-elle-entrer-en-guerre-contre-le-gouvernement-socialiste-4998>, fecha de última consulta: 08-06-2018.

¹⁷⁷ Nouvel obs. « Une erreur de «copier-coller» déclenche une fronde des viticulteurs ». Disponible en: <https://www.nouvelobs.com/les-internets/20130930.OBS9115/une-erreur-de-copier-coller-declenche-une-fronde-des-viticulteurs.html>, fecha de última consulta: 08-06-2018.

¹⁷⁸ Nau, Jean-Yves. « Quand le lobby du vin veut nous convaincre que le vin (français) n'est pas une drogue », 2013. Disponible en: <http://www.slate.fr/france/78310/vin-francais-droque>, fecha de última consulta: 08-06-2018.

sentimentalismo deseando poner a su lado a la opinión pública (como explicado en la definición del lobby al principio del apartado) y mencionando la herencia de este patrimonio « menosprecian la historia y el trabajo de los 500 000 actores de la viña y del vino en Francia ». ¹⁷⁹

Punto de auge que demostró la potencia del lobby es el nombramiento hace un año de Audrey Bouralleau¹⁸⁰ como « Consejera Agricultura, Pesca, Bosque y Desarrollo Rural » por el actual Presidente Emmanuel Macron para agradecerle por su ayuda durante las elecciones presidenciales. Como lo titulan en un artículo del le Monde es « la representante del lobby del vino que fue nombrada consejera de Macron »¹⁸¹. Este nombramiento, demuestra que el sector vitivinícola es un sector que tiene mucho poder en Francia y que finalmente puede llegar a lo que quiere, es decir hasta cambiar, modificar y debilitar una ley. Hasta toman argumentos sanitarios para obtener lo que quieren pero que finalmente no son válidos a la hora de hacer estudios de salud pública. Lo explicaba la anterior Presidenta del Instituto Nacional del Cáncer y actual Ministra de la Salud, Agnès Buzy « Es un fracaso grave para la salud pública y una victoria de los lobbies »¹⁸² y « claramente los industriales han ganado esta batalla en el frente parlamentario »¹⁸³. Esta idea fue también resaltada por la Alta Autoridad de la Salud que denunciaba la campaña hecha por Vin & Société como una « campaña publicitaria que desvía una herramienta medicinal de lucha contra los peligros del alcohol »¹⁸⁴.

Como se puede ver, el lobby del vino francés se centra mucho en lo nacional para poder desarrollar su industria.

¹⁷⁹ « Mépriser l'histoire et le travail des cinq cent mille acteurs de la vigne et du vin ». Traducción propia. Ibidem.

¹⁸⁰ Antigua delegada general de Vin & Société.

¹⁸¹ « La représentante du lobby viticole nommée conseillère agriculture d'Emmanuel Macron ». Disponible en: https://www.lemonde.fr/politique/article/2017/05/23/la-representante-du-lobby-viticole-nommee-conseillere-agriculture-d-emmanuel-macron_5132663_823448.html#meter_toaster, fecha de última consulta : 08-06-2018

¹⁸² « C'est un échec grave pour la santé publique et une victoire des lobbies ». Traducción propia. Disponible en: https://www.lemonde.fr/politique/article/2017/05/23/la-representante-du-lobby-viticole-nommee-conseillere-agriculture-d-emmanuel-macron_5132663_823448.html#meter_toaster, fecha de última consulta: 08-06-2018

¹⁸³ « Clairement les industriels ont gagné cette bataille sur le front parlementaire ». Traducción propia. Disponible en: https://www.lemonde.fr/politique/article/2017/05/23/la-representante-du-lobby-viticole-nommee-conseillere-agriculture-d-emmanuel-macron_5132663_823448.html#meter_toaster, fecha de última consulta: 08-06-2018.

¹⁸⁴ « Une campagne publicitaire qui détourne un outil médical de lutte contre les dangers de l'alcool ».

En el caso chileno, en la parte legislativa, no es la modificación de una ley que requieren los lobbies, sino la propuesta de un plan estratégico de exportaciones del vino chileno hacia 2025¹⁸⁵ y, que quiere hacer del vino chileno unos de los primeros exportado en el mundo. Es la asociación Wines of Chile¹⁸⁶ que propuso este plan estratégico al gobierno chileno, asociación en la cual se encuentran los más grandes del sector al nivel nacional, como la viña Concha y Toro. Los objetivos de este plan se fundan sobre 4 pilares fundamentales. La diversidad y la calidad es decir « elaborar vinos de calidad diferenciada, aprovechando sus óptimas condiciones agro-climáticas, el rápido desarrollo de nuevas técnicas productivas y el gran número de variedades de uva que se producen: Chardonnay, Sauvignon Blanc, Syrah o Pinot noir, entre otras »¹⁸⁷. Acá, como lo veremos en el apartado sobre el cuestionamiento de la denominación de origen, hay un enfoque sobre la cepa usada pero no resalta realmente lo de una denominación de origen es decir un patrimonio, una identidad vitivinícola para Chile. Luego se trata de un segundo pilar que desarrolla la «sostenibilidad» en estos términos « el Plan no ha olvidado la sostenibilidad, teniéndola en cuenta durante todos los procesos productivos, desde el viñedo hasta la copa. Así, consorcios técnicos de la industria vitivinícola han colaborado estrechamente con bodegas y expertos de las principales universidades para crear un programa de sostenibilidad integral (...) las bodegas que cumplan con los requisitos marcados tendrán derecho a utilizar el sello « Certificado de Sostenibilidad WoC » en sus botellas »¹⁸⁸. Como lo hemos resaltado en el primer apartado de este capítulo, Chile es el paraíso de lo orgánico según especialistas nacionales e internacionales. El hecho de que Wine of Chile se enfoque en este sector como uno de los pilares fundamentales de desarrollo demuestra que es un ámbito interesante de crecimiento hacia el mercado de las exportaciones vitivinícolas. El penúltimo pilar es la «Imagen del País» : « Aprovechando la imagen del vino como una de las principales señas de la identidad de Chile en el extranjero, el Plan también presta especial atención a la potenciación del sector del turismo de vino o enoturismo.

¹⁸⁵ Inicialmente, este plan era un plan planificado hasta 2020, pero ahora que Chile cumplió su primer objetivo de ser el primer país en exportaciones vitivinícolas, se extendió el plan para poder cumplir los otros requisitos que explicaremos en este apartado.

¹⁸⁶ Asociación nacional chilena de vinos que un entidad gremial sin fines de lucro y de carácter privado que representa a los productores vitivinícolas de Chile. Disponible en: <http://www.winesofchile.org/es/vinosdechile/asociacion>, fecha de última consulta: 04-06-2018.

¹⁸⁷ Chadwick, Eduardo (*et al*). « Wine of Chile Plan Estratégico 2020 ». Santiago: Wines of Chile. 2010. Pág. 10.

¹⁸⁸ Chadwick, Eduardo (*et al*). « Wine of Chile Plan Estratégico 2020 ». Santiago: Wines of Chile. 2010. Pág. 10.

Desean utilizar el vino como nexo de unión para ampliar las oportunidades turísticas y culturales de Chile: gastronomía, folklore, cultura, naturaleza, etcétera »¹⁸⁹. Este apartado, se focaliza en lo internacional y en desarrollar la imagen marketing, cultural que puede tener el país en el mundo. Es bastante lógico, ya que es un plan de desarrollo hacia lo exterior y de Chile al nivel internacional. El cuarto y último pilar es la «Innovación» : « en los últimos años, la industria vitivinícola chilena ha invertido en técnicas de investigación y desarrollo con el objetivo de ir mejorando constantemente los procesos productivos a fin de optimizar la calidad del producto final. Para ello, la industria ha creado Vinnova y Tecnovid, consorcios técnicos para desarrollar proyecto de I+D que cumplan con las necesidades de las bodegas, colaborando además con universidades nacionales e internacionales »¹⁹⁰.

A lo largo de la explicación de estos pilares, un sector parece faltar. Efectivamente, cuando leemos la totalidad de estos pilares y sus desarrollos, podemos ver el sector nacional no está tan presente. Lo que se ve actualmente en Chile, es unas ganas de desarrollar lo exterior como se puede ver en la cita siguiente del plan « Por otra parte, el Plan presta especial atención al posicionamiento de los vinos chilenos en el mercado internacional, analizando los principales países competidores.»¹⁹¹ pero lo nacional no crece realmente. Aunque obviamente, el sector internacional y las exportaciones son la parte que genera más dinero y que más crece¹⁹², la parte nacional está dejada de lado y es un hecho que podría perjudicar el desarrollo del patrimonio y de la identidad vitivinícola chilena pero también las exportaciones ya que lo nacional es la base esencial para poder incrementar el sector. Esto es justamente lo que desarrollan los lobbys actualmente, que son grandes empresarios y que no les importa perjudicar los pequeños agricultores, y en este caso los bodegueros. Hecho probante, es que Wines of Chile solo tiene en su seno las empresas vitivinícola más importantes nacionalmente e internacionalmente, como por ejemplo Concha y Toro y enuncia que no puede permitirse representar a los « productores de uvas de vinificación »¹⁹³. Otro hecho que destaca que el

¹⁸⁹Chadwick, Eduardo (*et al*). « Wine of Chile Plan Estratégico 2020 ». Santiago: Wines of Chile. 2010. Pág. 10.

¹⁹⁰ Ibidem

¹⁹¹Ibidem

¹⁹² Se exportó en 2017 869.7 millones de litros generando 1,850.3 millones de dólares, es decir un 8,8% más que en 2016. El Mostrador Mercados. « Exportación de vino chileno subió un 3,7% en 2017, con China y Brasil entre las mejores alzas » 2018. Disponible en: <http://www.elmostrador.cl/mercados/2018/02/07/exportacion-de-vino-chileno-subio-37-en-2017-con-china-y-brasil-entre-las-mayores-alzas/>, fecha de última: 05-06-2018.

¹⁹³ « Elle représente la quasi-totalité des vinificateurs de la filière, mais ne permet pas la représentation des producteurs de raisin de cuve au niveau national ». FranceAgriMer. « Analyse des filières vitivinicoles des principaux pays producteurs dans le monde » 2016. Disponible en:

lobby chileno se focaliza más en lo internacional, es solo el nombre de la asociación, Wines of Chile, versión al inglés del nombre de base de la asociación Vinos de Chile.

Es más, un lobby lo que requiere es poder servir sus intereses lo más que pueda. En el caso de Wines of Chile y de sus objetivos planteados en el plan estratégico, deja de forma muy clara y transparente objetivos para su propio interés « Dotar a Wines of Chile (WoC) con los recursos para alcanzar de forma eficiente los objetivos fijados »¹⁹⁴ o el más probante « consolidar WoC como representante de la industria chilena, integrando los intereses y las necesidades de todas las partes implicadas »¹⁹⁵. Son objetivos que vendrán juntos al desarrollo de campañas de marketing para que el término «Vinos de Chile» sea de importancia mundial. Esto podrá pasar por ejemplo por un diseño más moderno de la etiqueta, valorando las cepas usadas conjugado con el término de denominación de origen¹⁹⁶.

Lo que se puede decir tratando de legislación es que los lobbies pueden actuar de diferentes formas como en el caso francés o chileno: requerir cambiar la ley, apoyar fuertemente sus ideas con recursos para poder llegar a lo que queremos, o directamente proponer una ley, un plan que pueda favorecer los intereses del lobby pero que puede ser interesante para el gobierno o la instancia que se preocupe del sector. Se puede influir también a escalas diferentes, la internacional y la nacional. Cuando se trata de ambos países estudiados, y de los lobbies de ambos, tienen como punto común de querer servir sus propios intereses, pero con variables diferentes. En efecto, como lo pudimos ver cuando se trata de Francia y de la Loi Evin, es en la parte nacional que juega el lobby del vino, para poder ganar lo que quiere llegando hasta ser un miembro del gobierno. En cierto modo, este tipo de acciones pueden ser benéficas para el patrimonio y la identidad vitivinícola en el mundo, en Francia y en Chile. Como lo pudimos ver en el contexto internacional, ayudó a aprobar el vino como patrimonio inmaterial de la humanidad en 2015, con el apoyo de los ambos países estudiados. En Francia, hizo que se aprobará que el vino fuera un producto patrimonio cultural nacional y en Chile que se crea el Día nacional del Vino.

<http://www.franceagrimer.fr/content/download/48448/464761/file/SYNTHESE%20FILIERE%20CHILI.pdf>,
fecha de última consulta: 05-06-2018

¹⁹⁴ Ibidem.

¹⁹⁵ Chadwick, Eduardo (*et al.*). « Wine of Chile Plan Estratégico 2020 ». Santiago: Wines of Chile. 2010. Pág. 10.

¹⁹⁶ Ibidem

Pero esta influencia de los lobbies, aunque logre muchas cosas es también una amenaza para el contexto internacional y nacional. Efectivamente, el hecho de que puedan acceder tan fácilmente al gobierno e influenciarle tan fácilmente es peligroso. El ejemplo de Francia es un ejemplo muy significativo en este sentido. Lo que se ve es que son capaces de hacer cualquier cosa para poder acceder a lo que desean. Y el nombramiento de un actor principal del sector del vino en el gobierno lo prueba de manera potente.

Ahora bien. En el contexto chileno, es otra variable que entra en cuenta. Se trata de un contexto también nacional pero que se focaliza sobre lo internacional. Sin duda, esta propuesta hecha al gobierno chileno es una manera cierta de acercarse a él para beneficiar los intereses de las grandes empresas vitivinícolas chilenas que actúan al nivel internacional. Como en la confusión con el término de denominación de origen y de indicación geográfica, Chile otra vez se centra en lo internacional en vez de centrarse en sí misma para poder realmente desarrollarse bien. Esto finalmente, aunque puede parecerse a una oportunidad para el patrimonio y la identidad vitivinícola chilena como lo dice el Plan de WoC « como una de las principales señas de la identidad de Chile en el extranjero »¹⁹⁷, es de forma cierta una manera de esconder las deficiencias que encuentra el mercado nacional y el poco desarrollo y la poca importancia que se les da a los pequeños viñateros. A lo largo plazo esta práctica podría ser una gran amenaza para el sector patrimonial e identitario del vino chileno, y se convertirá en un vino internacional en vez de ser primero un vino nacional reconocido por sus ciudadanos o el Estado. Lo internacional le está poniendo a Chile «de la poudre dans les yeux » y le está escondiendo su real problema que se podría desarrollar a lo largo de una investigación : ¿Cuál es tu real identidad vitivinícola Chile?

Lo que se destaca en ambos casos, es unas ganas de desarrollar la industria vitivinícola a toda costa. Sin embargo, el problema de esta acción es que, aunque la desarrolle, los que benefician de todo esto son los grandes productores, las grandes empresas que pueden permitirse campañas de marketing, desarrollo de sus tecnologías dejando de lado a los pequeños productores, agricultores, viñateros que no pueden seguir este ritmo intenso impuesto por los lobbies. Cuando se trata de patrimonio e identidad vitivinícola son finalmente estos pequeños productores que lo representan, que son auténticos, y que son la tradición vitivinícola. Y este

¹⁹⁷ Chadwick, Eduardo (et al). « Wine of Chile Plan Estratégico 2020 ». Santiago: Wines of Chile. 2010. Pág. 10.

despecho a los pequeños productores logrará un día en la explosión de una burbuja porque finalmente es la construcción, la base misma de la identidad y del patrimonio vitivinícola para el país. Lo que diferencia los dos casos es la esencia de este lobby, es decir en qué sector se desarrolla. Aunque podríamos pensar que Francia se podría preocupar más de lo internacional, ya que es un país que se destaca al nivel internacional como uno de lo más importante en la filial vitivinícola, se centra más en lo nacional haciendo campañas de «choque» para poder imponer su estilo y después ir hacia lo internacional.

Este deseo de desarrollar tan intensamente el sector vitivinícola, es también la muestra del miedo que le tienen cada lobby nacional a la nueva competencia. En efecto, desde hace algunos años, un país que fue primeramente gran comprador de vinos franceses pero también ahora cada vez más de vinos chilenos, se está desarrollando en este sector y se está potenciando cada vez más. Este país es China.

3.3. China nuevo actor de la filial vitivinícola:

Desde algunos años, China es el nuevo actor importante en el área internacional. Efectivamente, antes de ser de tan importancia en el mundo, se desarrollaba un eurocentrismo importante, considerando Europa como el líder en la parte económica, socio-cultural y en el desarrollo tecnológico desde antiguos tiempos hasta hoy en día¹⁹⁸ (Pérez García, 2016). Pero la tendencia actual de los investigadores, de los artículos científicos es la subida de la potencia China en muchas áreas estratégicas. Los datos macroeconómicos se basan sobre la exportaciones y el PIB chino, ya que su crecimiento anual económico alcanzó sobrepasar los Estados Unidos y la casi totalidad de la zona económica de Europa¹⁹⁹. Pero ¿cómo llego al sector vitivinícola?

China nunca ha sido un país de vino hasta los años 2000. Hasta hace 20 años atrás, el consumo de vino por la población era casi de cero hasta llegar en 2014 como el primer país que

¹⁹⁸ « When studying and approaching international relations and economic growth of the West and East in the past century, consciously and unconsciously, the tendency is to assign the West (Europe) as the leading place for economic, sociocultural, and technological development from ancient and contemporary times ». Pérez García, Manuel. « One Belt, One Road: China, Europe and Latin America », Proyecto de investigación, Renmin University of China, 2016. Pág.134-135

¹⁹⁹ « Macro-economic data is on Chinese exports and its gross domestic product (GDP), as well as the annual economic growth rate that has already surpassed the United States and the main economic zones of Europe ». Pérez García, Manuel. « One Belt, One Road: China, Europe and Latin America », Proyecto de investigación, Renmin University of China, 2016. Pág.134-135

consume vino tinto²⁰⁰. ¿Cómo se explica esto? Es la reciente y rápida occidentalización de las ciudades chinas y un fuerte crecimiento de la población urbana que se fue del campo demostrada por un aumento importante de las importaciones, pero también por un progreso espectacular de la producción china, que explica este fuerte aumento de consumo. Para hablar en cifras, el consumo del vino en China, es ahora de 1 litro de vino por persona cada año²⁰¹. Aunque es una cifra muy baja comparada a las cifras internacionales, como las cifras francesas de 44,2 litros de vino por año por persona,²⁰² se puede ver como un cambio significativo para un país que no se interesaba al vino hace pocos tiempos atrás. En 10 años, el viñedo chino se ha duplicado, sobrepasando las 500 000 hectáreas²⁰³.

¿Cuáles serían las características que contiene el vino que podrían atraer al consumidor chino? Podemos citar 4 características fundamentales citadas por Jean Philippe Cotte, miembro del Consejo Interprofesional de los Vinos de Burdeos²⁰⁴ en su conferencia « China, primer destino de los vinos de Burdeos »²⁰⁵: la salud, el estatuto, la historia y buenos augurios. Cuando se trata de la salud, se trata sobre todo del vino tinto. China es un país reconocido por su medicina y la reputación que tiene el vino tinto de antioxidante y de bueno para la salud hace que el consumidor chino este atraído por este producto. El estatuto en China es un concepto que se ha desarrollado muy recientemente es decir desde la apertura de China al mundo. Anteriormente, China desarrollaba una economía cerrada en la cual había un solo

²⁰⁰ « Con más de 155 millones de cajas de 9 litros de vino tinto (es decir 1,865 mil millones de botellas) consumida en 2013 (...) China, incluyendo Hongkong, se sitúa ante Francia (150 millones de cajas), Italia (141), Los Estados Unidos (134) y Alemania (112) » traducción propia de la siguiente cita: « Avec plus de 155 millions de caisses de neuf litres de vin rouge (soit 1,865 milliard de bouteilles) consommées en 2013, une croissance de 136% par rapport à 2008, la Chine, incluant Hongkong, se situe désormais devant la France (150 millions de caisses), l'Italie (141), les Etats-Unis (134) et l'Allemagne (112) ». Disponible en: <http://www.lefigaro.fr/conso/2014/01/28/05007-20140128ARTFIG00535-la-chine-devient-premier-consommateur-mondial-de-vin-rouge.php>, fecha de última consulta: 10-06-2018.

²⁰¹ « Elle (la consommation) est aujourd'hui de plus d'un litre par an et par habitant, et augmente à un rythme rapide ». *Le Petit Larousse des Vins, découvrir, reconnaître, déguster*, 2017, Pp./págs 748.

²⁰² France 24. « La Chine veut dominer le marché mondial du vin », 2018. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=n4QyZili_Qg, fecha de última consulta: 10-06-2018.

²⁰³ Ibidem.

²⁰⁴ Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux. <https://www.bordeaux.com/fr/Contact>

²⁰⁵ Cotte, Jean-Philippe. « La Chine, premier destination des vins de Bordeaux ». Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux, Cap Sciences Bordeaux, 2016. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=k-LGjD9Rzxxk>, fecha de última consulta: 12-06-2018.

modelo de habitante que seguía unas características estrictas. Hoy en día, la población china quiere destacarse y tener un estatuto especial para no parecerse a los demás. Es por eso que el vino gusta en la sociedad china. Es un producto que le da un estatuto al que lo toma, lo individualiza de los demás. Luego, Jean-Philippe Cotte habla de la historia. Los estereotipos sobre un país como China nos hacen decir que China no tiene ninguna historia con el vino y que está presente desde el principio de los años 2000. Sin embargo, la historia es otra. El vino y la viticultura «moderna» llegó a China en el siglo XIX para los misioneros cristianos que necesitaban vino para sus misas. Antes se hacía una bebida alcohólica, el jiu, a base de cereales cocidos y de uva pero que no se puede llamar vino ya que no tiene las mismas prácticas de producción y de elaboración. Esta parte histórica que tiene el vino y este patrimonio importante como lo podemos ver en Francia por ejemplo es una visión que le gusta a la sociedad china ya que es una sociedad muy apegada, arraigada a sus tradiciones. El último concepto expuesto es el buen augurio. Sin duda, para la sociedad china el color rojo es un color que trae buena suerte. Es por eso que también hay un desarrollo muy fuerte sobre todo del vino tinto que tiene un color rojo intenso. «En la imaginación colectiva como en la realidad, el rojo es el símbolo de la felicidad y de la suerte. Montesquieu dijo un día que el rojo se había difundido y había sembrado la felicidad por todos lados en este gran país que es China »²⁰⁶.

Lo que nos interesa también en el estudio del caso chino, es que es también uno de los mercados más importante para los dos países estudiados en esta investigación. Francia es el país líder en exportación de vinos²⁰⁷ hacia China en 2015 con una cifra de 31% de vinos exportados²⁰⁸, pero seguido por Chile con una cifra de 28%²⁰⁹ gracias a los Tratados de Libre Comercio que había firmado con China y que le permitió la entrada de su vino en el territorio sin gravarlo.

²⁰⁶ « Dans l'imagination collective comme dans la réalité, le rouge reste le symbole du bonheur et de la chance. Montesquieu a dit un jour que le rouge s'était répandu et avait semé le bonheur partout dans ce grand pays qu'est la Chine », traducción propia. Voyages-Chine. « Le Rouge en Chine ». Disponible en: <http://www.voyages-chine.com/guide-voyage-Chine/culture-chinoise/rouge-chine.html>, fecha de última consulta: 12-06-2018.

²⁰⁷ Los vinos de la Región de Burdeos representan un 30% de las exportaciones.

²⁰⁸ France 24. « La Chine veut dominer le marché mondial du vin », 2018. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=n4QyZili_Og, fecha de última consulta: 10-06-2018.

²⁰⁹ Ibidem

Este caso también en el sector vitivinícola nos hace pensar por ciertas características a uno de los dos países estudiados, Chile. En efecto, en su historia con el vino, China vio como a Chile llegaron las cepas francesas en su país en el siglo XIX, y de hecho son cepas bordolesas que son las más cosechadas hoy por hoy: merlot, cabernet sauvignon. Agregándolo a esto, unas de las regiones en la cual se desarrolla más el sector vitivinícola es la región de Ningxia²¹⁰ cuyas características se parecen a la Región Central pero también al fin al cabo a la Región de Burdeos cuya influencia es principal, con unas características de 38°C de latitud y un clima similar²¹¹.

Teniendo en cuenta todos estos puntos importantes, la pregunta que se hace hoy por hoy si esta subida tan importante de China, ¿no sería una amenaza para nuestros patrimonios e identidad vitivinícola? ¿o una real oportunidad para poder desarrollar aún más el mercado de ambos países?

Aunque China es un país que emerge más y más cada año, todavía no logra las cifras de venta de vinos como los vinos franceses o los chilenos. Eso lo declaraba el responsable de la producción del grupo Dynasty Fine Wines, en el Vinexpo de 2014 que se desarrollaba en Hongkong: « Podemos imaginarnos una demanda de los chinos del extranjero, pero no podemos simplemente esperar más »²¹². ¿Pero qué le puede dar susto entonces a los empresarios chilenos o a los empresarios franceses?

Primeramente, por el uso de las mismas cepas, y las mismas características ambientales que hay en la Región central o la región de Burdeos, ambos países estudiados tienen miedo que los vinos chinos a largo plazo sea de mejor calidad que los suyos y a precio menor ya que la mano de obra es más barata. Siguiendo esta misma idea, y tomando un caso concreto,

²¹⁰ Es la región de China que es la más chica y la menos poblada.

²¹¹ « Ici, la latitude est, paraît-il idéale, 38°C comme à Bordeaux ». France 24. *Le Ningxia, nouvel el dorado du vin chinois - #Asiedirect*. Francia: France 24. 2013. Duración: 00:05:30. Citación tomada a 00:03:32. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=srLYBJ4xbzg>, fecha de última consulta: 12-06-2018.

²¹² « Pis encore, personne ne semble vouloir du vin chinois. Dans une interview accordée à l'AFP à l'occasion de la Vinexpo qui se tenait fin 2014 à Hongkong, Lu Wen, responsable de la production du groupe Dynasty Fine Wines, expliquait ainsi que l'on « peut imaginer une demande des chinois de l'étranger, mais on ne peut tout simplement pas espérer aller au-delà », traducción propia. Perelstein, Laszlo. « Vin : où en est le match entre la France et la Chine ? », 2015. Disponible en: <https://www.latribune.fr/entreprises-finance/industrie/agroalimentaire-biens-de-consommation-luxe/vin-ou-en-est-le-match-entre-la-france-et-la-chine-472165.html>, fecha de última consulta: 12-06-2018.

podimos ver recientemente la aparición de vinos falsos, una imitación falsa de los «Grands Crus». Esta falsificación puede ser de varios tipos. Primeramente, se puede falsificar el nombre de un «Grand Cru» sobre una etiqueta. Es decir en vez de por ejemplo « Margaux Lafitte » se verá « Margaux Lifatte ». Pero este tipo de falsificación son falsificaciones que se pueden percibir muy rápidamente. Lo más complicado para un especialista es cuando el vino tiene la misma etiqueta que el original pero que también a la degustación tenga o el mismo gusto o que sea mala, que podría ser la justificación del fraude pero que finalmente puede ser justificación del sentido contrario. Es decir que el vino está malo porque se conservó mal o lo dejaron esperar mucho tiempo en la bodega. Casos como esto se han visto mucho, pero el más destacable es el caso de Rudy Kurniawan, el mayor falsificador de vino en la historia.

La historia de Rudy Kurniawan, o Dr Conti, es la historia de un joven emprendedor chino²¹³ dominar el mercado del vino fino y vender miles de botellas falsas entre 2004 y 2014. Se podía considerar como un lobby ya que él solo hacía fluctuar el mercado de un día al otro, comprando las botellas más caras que vendía de nuevo a un precio que explotaba todo tipo de realidades. Se convirtió en el experto de vinos más reconocido en el mundo ya que podía reconocer una cepa, una marca, un país por cualquier vino que sea. Es justamente esa gran habilidad al reconocer el vino que hizo de este maestro del vino una persona de confianza para los especialistas que compraban su vino por subastas. Fue gracias al descubrimiento de un viñatero francés, Laurent Ponsot, ex propietario del Domaine Ponsot²¹⁴, que se pudo revelar la estafa. Efectivamente, durante una conversación con un abogado de Manhattan, Doug Barzelay quien destacó en el catálogo de la subasta más importante en el sector vitivinícola en ese tiempo²¹⁵, Laurent Ponsot pudo darse cuenta que se vendían botellas de su viñedo que no se habían producido en estos años. La subasta vendía Clos-Saint Denis desde el año 1945 hasta 1971 pero la producción de este vino empezó en 1982²¹⁶. Esto llevo

²¹³ El decía que venía de Indonesia, pero a lo largo de la investigación se dieron cuenta que era una falsa identidad.

²¹⁴ Es un viñedo que se sitúa en Burgundy, Francia que produce vino tinto y vino blanco. Esta reconocido mundialmente por el vino tinto Clos Saint Denis, que fue uno de los vinos falsificado por Rudy Kurniawan y que llamo la atención del gerente de la bodega. Más informaciones sobre el viñedo en su página web: <http://www.domaine-ponsot.com>, fecha de última consulta: 12-06-2018.

²¹⁵ Y todo esto gracias a Rudy Kurniawan. Es la tienda Acker Merrall & Condit basada en Nueva York y dirigida por un gran amigo de Rudy Kurniawan, John Kapon.

²¹⁶ Charla original entre ambos : « Quand ta famille a-t-elle produit les premiers clos saint-denis ? - Pourquoi tu me poses la question ? - Une maison d'enchères propose ici un lot de bouteilles allant de 1945 à 1971. - Impossible ! Nous avons commencé en 1982 ! » : « ¿Cuándo tu familia produjo los primeros clos saint-denis? -

a una investigación en la cual se descubrió que, en su casa en Los Angeles, Rudy Kurniawan colectaba las etiquetas de todas la botellas prestigiosas y después hacia una mezcla con vinos californianos para poder llegar a los gustos que tenían las botellas originales, y por eso sus habilidades de catador fueron esenciales en esta estafa. Finalmente, Dr. Conti fue condenado a 10 años de cárcel y a un reembolso de más o menos 28,5 millones de dólares a los coleccionistas estafados²¹⁷. Sin embargo aunque este caso fue el mayor caso de falsificación vinícola y que se condenó al falsificador, Laurent Ponsot explica al final de la película que relata la investigación y el caso de Rudy Kurniawan, que « It is not the real end of the fakers. If I go on investigating, I will find more people doing this ²¹⁸ ». Esta declaración del viñatero es muy preocupante. En este mercado el vino, cualquier persona que tenga habilidades ciertas como catador puede falsificar un vino, esta carrera a ganar cada vez más dinero nos hace pensar también en los lobbies que son capaces de todo para poder llegar a su fin. Finalmente lo que no pueden hacer estos falsificadores es copiar el patrimonio y la identidad que se formaron años tras años en ambos países estudiados por ejemplo. Es más, si alguien como Rudy Kurniawan pudo operar durante tanto tiempo, otros podrían operar con aún más recursos tecnológicos y engañar al más especialista. Y ni hablar de un consumidor común, aunque, por lo general, sin querer menospreciar a nadie, un consumidor común no puede permitirse una botella tan cara. Sin embargo, diremos que esta situación es una real amenaza para el sector vitivinícola.

Luego, algo que preocuparía ciertos viñateros, es la llegada de inversores chinos en sus explotaciones. Hace unos pocos años, se está viendo una tendencia a la inversión china en Europa en el sector del vino y sobre todo en Francia. Es de hecho el sector que se nota más en el nivel mediático porque es un sector que tiene un lado simbólico para los franceses como lo destaca el responsable de los asuntos económicos del partido político francés Unión Popular Republicana, Charles-Henri Gallois: «Ils investissent beaucoup dans tout ce qui est agroalimentaire, ou même dans le domaine du vin par exemple. Mais après il y a également

¿Por qué me haces esta pregunta? - Una casa de subastas propone acá un lote de botella yendo de 1945 a 1971. - Imposible! Empezamos en 1982! » traducción propia. Bouchara, Olivier y Lebour, Karim. « La chute de Rudy Kurniawan, le faussaire du vin, condamné à 10 ans de prison » 2014, modificado en 2015. Disponible en: <https://www.vanityfair.fr/actualites/articles/le-cru-etait-presque-parfait/1817>, fecha de última consulta: 12-06-2018.

²¹⁷ Ibidem.

²¹⁸ Rothwell, Jerry y Atlas, Reuben. *Sour grapes*. Estados Unidos y Francia: Dogwoof y Arte. 2016. 01:25:00. Citación tomada a : 01:18:25. Disponible en: Netflix, fecha de última consulta: 12-06-2018.

le tourisme (...). Ils investissent beaucoup en Bourgogne, ils investissent massivement dans le vin bordelais (...). Il y a vraiment ce côté symbolique qui fait que ça touche plus les français quand on achète le Château Gevrey-Chambertin qu'une entreprise entitaire de l'économie que peuvent acheter d'autres investisseurs »²¹⁹. Lo que se podría creer es que los especialistas del sector puedan llegar a rechazar esta llegada china que le «robaría» su identidad y su patrimonio. De hecho es justamente el argumento del Frente Nacional, partido de extrema derecha francés, tomando este hecho como un hecho de importancia política, que ve la inversión china como « el emblemático peligro que amenaza el patrimonio francés »²²⁰. Creen que los inversores que vienen, son inversores son personas sin experiencias en el sector y que esto puede destruir todo lo construido años tras años. En cifras para la región de Burdeos, 140 propiedades, es decir un 3% del viñedo de burdeos, pertenece a la inversión china, y la compra más destacable fue la compra de Peter Kwok del « Château Bellefont-Belcier » « Grand Cru clasificado » en Saint Emilion en 2018²²¹. De manera más paulatina, está sucediendo la misma en Chile. Sin duda, los inversores chinos, con los nuevos acuerdos de libre comercio que está haciendo con Latinoamérica, desea desarrollar su presencia en el mercado latinoamericano. El año pasado, la mayor y más antigua empresa vitivinícola china, Yantai Changyu Pioneer Wine, compró 3 viñas de la Región Central: la Viña Indómita, Santa Alicia y Dos Andes²²². La razón de esta compra? Según el CEO de Yantai Changyu Pioneer Wine, Zhou Hongjiang, es porque « el vino chileno es de muy fácil aceptación en los consumidores chinos »²²³. Pero ¿esto sería realmente una amenaza para el viñedo de Burdeos o el viñedo de la Región central? Cuando estudiamos el caso con más profundidad, vemos que el inversor

²¹⁹ Sputnik. « Quand les Chinois rachètent la France : aubaine ou menace ? », 2015. Disponible en: <https://fr.sputniknews.com/economie/201510141018831016-investissements-france-chine/>, fecha de última consulta: 15-06-2018.

²²⁰ « Le Front National a même donné à l'affaire une tournure politique, stigmatisant un rachat « *emblématique du danger qui menace le patrimoine français* » », traducción propia. Les Echos. « Comment les Chinois apprivoisent le Bordelais », 2012. Disponible en: https://www.lesechos.fr/05/09/2012/LesEchos/21263-037-ECH_comment-les-chinois-apprivoisent-le-bordelais.htm, fecha de última consulta: 15-06-2018.

²²¹ « 140 propriétés viticoles appartiennent à des hommes d'affaires chinois dans le bordelais, ce qui représente 3% des surfaces viticoles. »

« L'acquisition du Château Bellefont-Belcier, grand cru classé, par Peter Kwok est l'une des transactions les plus marquantes », traducción propia. Disponible en: <https://www.20minutes.fr/bordeaux/2237663-20180314-bordeaux-quelque-140-proprietes-viticoles-appartiennent-investisseurs-chinois>

²²² Pizarro, Carolina. « Changyu y su arribo a Chile: « Haremos todo el esfuerzo por mejorar la posición de Indómita » », 2017. Disponible en: <http://www2.latercera.com/noticia/changyu-arribo-chile-haremos-esfuerzo-mejorar-la-posicion-indomita/>, fecha de última consulta: 15-06-2018.

²²³ Ibidem.

chino aunque por el momento no tenga tanta experiencia, no es el « demonio » retratado por los partidos extremos. Lo que hacen estos inversores, es poner dinero para justamente desarrollar la actividad. Es más, en ciertos casos estos inversores logran levantar bodegas que estaban en los suelos, prodigándoles nuevos recursos, reconstruyendo las infraestructuras y ayudando al desarrollo del viñedo, creando empleos y abriéndoles nuevos mercados como el mercado chino. Es tal como lo explica el CEO de Yantai Changyu Pioneer Wine con la compra de las viñas chilenas « Haremos todo el esfuerzo para mejorar la posición de Indómita. Hoy en exportación está en el puesto siete u ocho y ladea es que dentro de los próximos cinco años esté ubicada en los 4 primeros puestos y en 10 años más se pueda conseguir un mejor posicionamiento »²²⁴.

Es más, hablando de Francia, la región de Burdeos siempre estuvo acostumbrada a recibir inversores que sean inversores ingleses, alemanes, belgas o americanos que querían vender su vino en el extranjero. ¿Por qué sería China entonces un problema para ambos países estudiados?

Obviamente, el interés que tiene China sobre Francia y Chile es un interés diferente. Lo que se destaca en Francia, y sobre todo en la región de Burdeos, es que la inversión china es una inversión en lo prestigioso, es decir en los grandes nombres del vino. Esto lo subraya Laurence Lemaire en su libro « Le Vin, le Rouge la Chine » expresando que « Pour les Chinois, ajoutez-t-elle, une bouteille de Bordeaux, c'est beaucoup plus prestigieux que le Bourgogne, l'Anjou ou le Languedoc ²²⁵, ces deux derniers sont d'ailleurs peu connus d'eux. De la France, ils connaissent Paris et Bordeaux ²²⁶, estas últimas siendo regiones poco conocidas por ellos. De Francia, conocen París y Burdeos »²²⁷.

En Chile, es otra manera de hacer. Los inversores quieren invertir en viñas chilenas más pequeñas para poder desarrollarlas y convertirlas en las más potentes. Es más, los empresarios chinos destinan el vino chileno a una clase media en constante evolución en China « Si nos

²²⁴ Pizarro, Carolina. « Changyu y su arribo a Chile: « Haremos todo el esfuerzo por mejorar la posición de Indómita » », 2017. Disponible en: <http://www2.latercera.com/noticia/changyu-arribo-chile-haremos-esfuerzo-mejorar-la-posicion-indomita/>, fecha de última consulta: 15-06-2018.

²²⁵ Regiones francesas en donde se produce vino.

²²⁶ Regiones francesas en donde se produce vino.

²²⁷ AFP. « Viticulture : Peter Kwok, le plus Bordelais des Chinois », 2018. Disponible en : <https://www.20minutes.fr/bordeaux/2237663-20180314-bordeaux-quelque-140-proprietes-viticoles-appartiennent-investisseurs-chinois>, fecha de última consulta: 15-06-2018.

imaginamos un futuro donde la clase media va a ir aumentando significativamente, el alza del consumo es infinito y hay que tener la posibilidad de imaginar y soñar »²²⁸. Además, para el consumidor chino, el vino chileno tiene una relación precio calidad que es muy interesante y accesible contrariamente al vino francés que quizás logra más, por su precio, hacerse comprar por la élite china.

Entonces contestando a la pregunta inicial: ¿será la presencia china en Francia y Chile, una amenaza para el patrimonio y la identidad vitivinícola? Nos arriesgaríamos en decir que esta pregunta tiene una doble respuesta.

Por la primera parte de la respuesta, diremos que por una parte si es una amenaza, por el crecimiento de falsificadores que están llegando en el mundo vitivinícola, y que a lo largo de los años serán muy difíciles de identificar gracias a los avances tecnológicos y la lucha anti-falsificadores será casi imposible, aunque este sector de la falsificación, como lo vimos en la primera parte de este apartado, se destina mayoritariamente a las grandes botellas, de patrimonios más reconocidos que no son accesibles al gran público.

Aunque al principio creíamos que la inversión china en Francia y en Chile iba a ser una amenaza, e iba a destruir el patrimonio y la identidad del vino, nos dimos cuenta estudiando el caso que no era así, sino que lo contrario. En efecto, la llegada de inversión extranjera en ambos países, hizo que los viñedos comprados fueron creciendo o están en vía de crecimiento. Cada año llegan empresarios más experimentado en el tema como lo destaca Peter Kwok « Mais vous verrez bientôt des Chinois revenir, plus riches, plus avertis, achetant de grands châteaux, et sachant très bien ce qu'ils font »²²⁹ y esto es justamente una oportunidad para el sector que puede verse favorecido por estas inversiones. Además, el punto en común que tienen Francia y Chile tratando de China, es que ambos países están desarrollando un nivel de exportación importante siendo los dos primeros países exportadores de vinos hacia China, y es por eso que la llegada de inversores chinos en ambos países es importante para el desarrollo del sector.

Obviamente, es una oportunidad, pero sin embargo hay que tener en cuenta que en un futuro próximo los viñedos chinos van a tomar más importancia en el mercado internacional ya que

²²⁸ Ibidem.

²²⁹ AFP. « Viticulture: Peter Kwok, le plus Bordelais des Chinois », 2018. Disponible en: http://www.lepoint.fr/societe/viticulture-peter-kwok-le-plus-bordelais-des-chinois-27-04-2018-2214020_23.php, fecha de última consulta: 15-06-2018.

crece cada año cada vez más, y en algunos años más formará parte de uno de los viñedos más importante del mundo convirtiéndose en uno de los principales competidores de los grandes patrimonios vitivinícola, como lo pudo hacer y lo está haciendo Chile en el mercado internacional hoy por hoy.

3.4. La denominación de origen, ¿una real prueba de calidad?

Como lo pudimos evocar en el capítulo 2, la denominación de origen es un sello agrícola-cultural que esta supuestamente a cargo de ser el sello de la calidad del producto, y en nuestro caso el vino. Pero estos últimos años, que sea en Francia o en Chile, la legitimidad de esta etiqueta ha sido cuestionada. En ambos países, son dos problemas diferentes pero que llegan a un mismo resultado: dudar en la ortodoxia de esta denominación.

En Francia, desde la aparición del sello europeo, el sello nacional está sufriendo un cuestionamiento intenso por parte de los especialistas, los enólogos y todos los que rodean el sector agrícola. Pero, ¿Por qué está sucediendo esto? Por el hecho de que el INAO se diversificó en los años 90, y por la aparición del sello europeo. En efecto, como explicado en el capítulo 2, al principio el INAO era un instituto de calidad solo destinado al vino, pero en el año 90 se incluyeron a la reglamentación y a la legislación los productos lácteos y agroalimentario junto también a la creación de dos nuevos Comites nacionales por la ley del 2 de julio de 1990 relativa a las denominaciones de origen controlada de los productos agrícolas o alimenticios, brutos o transformados²³⁰. Finalmente, el INAO se convierte en un organismo que sella los productos de calidad y no solamente un solo producto que era el vino.

En cifras, pudimos ver en las cifras del 2016²³¹, que aunque haya diversificado sus sectores, el principal sector que contiene más denominaciones es el sector vitivinícola con 361 vinos AOP contra 95 AOP agroalimenticias. Sin embargo, estas cifras importantes que hace del vino el líder en número de AOP, no significa que haya mejor calidad o importancia. En efecto, la cantidad no hace la calidad y esta diversificación del INAO, provocó un descontento en el sector vitivinícola, ya que se notó finalmente en los controles que empezaron a ser menos frecuentes, pero también que sucedían solo durante la vendimia o durante la producción del

²³⁰ Ley Relativa a las denominaciones de origen controlada de los productos agrícolas o alimenticios, brutos o transformados. París: Ministerio de la Agricultura, 1990. Ley n°90-258.

²³¹ Disponible en la página del INAO: <https://www.inao.gouv.fr/Nos-actualites/Publication-de-la-brochure-chiffres-cles-2016>, fecha de última consulta: 29-05-2018..

vino, pero no cuando el producto final salía de la bodega. Apoyando esta idea, en un artículo del *Le Monde*²³², Michel Bettane, catador y co-autor de la « Gran guía de los vinos de Francia »²³³ enuncia una frase muy significativa en este sentido « Solo 20% de vinos de denominación de origen merecen este estatuto »²³⁴. En efecto, se demostró una menor importancia de la AOC frente a la AOP europea, por las razones siguientes: la denominación europea es mucho más estricta, y finalmente nos dimos cuenta solo mirando la web del INAO que se le da más importancia a la norma europea en la definición de la AOC por ejemplo, diciendo lo siguiente « la AOC designa los productos que responden a los criterios de las AOP »²³⁵. Esto demuestra una voluntad de enfocarse en lo europeo dejando de lado esta norma nacional. Además, como se pudo ver en las cifras del INAO, no denominan más los vinos con sello como « AOC » pero como « AOP ». Se pudo ver también en los vídeos promocionales del INAO en 2016, cuyo título del vídeo de la denominación era « AOP, magia de Francia »²³⁶. En unos años más, creemos que la norma nacional desaparecerá, dejando la legislación europea tomar todo el rango de importancia en los productos sellados de la sociedad francesa.

Es más aunque se le da su importancia al « terroir » y se pensaba directamente que la cepa que estaba presente en el área geográfica era suya, y entonces que la cepa era la que hacía la denominación. Lo que hay que aclarar es lo que hace la denominación es el « terroir », es el que le da los recursos necesarios, el patrimonio y la identidad que necesita para poder desarrollarse, con otros factores que son obvio como: el clima, la luz, la exposición... Es de hecho que por eso que el presidente en los años 2000 del Comité del vino del INAO, René Renou, quiso que se usará la expresión « conservatorio del terroir »²³⁷ ya que eso era lo estudiado en la AOC. Para él la AOC es « una fusion entre el « terroir » (suelo, clima), una o

²³² Periódico francés.

²³³ « Le Grand guide des vins de France »

²³⁴ *Le Monde*. « Seuls 20% des vins d'appellation d'origine méritent ce statut » 2011. Disponible en: https://www.lemonde.fr/societe/chat/2011/06/22/cepage-ou-aoc-quel-avenir-pour-le-vin-francais_1539500_3224.html, fecha de última consulta: 28-05-2018.

²³⁵ Institut National de l'Origine et de la Qualité. « AOC-AOP ». Disponible en: <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQO/Appellation-d-origine-protégée-Appellation-d-origine-controlée>, fecha de última consulta: 23-05-2018

²³⁶ « L'AOP, magie de la France », disponible en: <https://www.inao.gouv.fr/Publications/Outils-de-communication2>, fecha de última consulta el 29-05-2018.

²³⁷ « Conservatoire du terroir »

varias variedades vegetales y una tradición, un saber-hacer del hombre»²³⁸. Tiene una definición del AOC que está mucho más centrada en lo cultural, la tradición y al fin al cabo con el patrimonio y la identidad nacional.²³⁹

Este fenómeno de cepas se puede ver también en las etiquetas de los vinos chilenos. En efecto, de manera errónea, califican la cepa como la identidad del sector en el cual crece. Comparemos una etiqueta francesa y una chilena:



Fuente primera etiqueta, Château Haut-Marbuzet (Región de Burdeos): <http://primeurs.chateauxandcoparis.fr/produit/chateau-haut-marbuzet-2017/>

Fuente segunda etiqueta, Vino Concha y Toro (Valle Central): <https://winelibrary.com/wines/cabernet-sauvignon/2007-concha-y-toro-don-melchor-cabernet-sauvignon-57752>

Estas dos etiquetas son etiquetas de vinos que pueden ser representantes de cada región estudiadas. En efecto, la viña Concha y Toro es una viña reconocida mundialmente ya que por ejemplo se convirtió en 2010, en el primer sponsor latinoamericano del club de football Manchester United²⁴⁰ y que tiene su origen en el Valle Central, y más precisamente en Puente Alto. Lo que se puede ver en ambas etiquetas es que la denominación aparece. Para la parte francesa se ve « Appellation Saint-Estèphe Contrôlée » es decir « Denominación Saint-Estèphe Controlada » y para la parte chilena se ve « D.O. Puente Alto. Chile ». Hay una

²³⁸ « L’AOC, c’est la fusion entre un terroir (sol, climat), une ou plusieurs variétés végétales et une tradition, un savoir-faire de l’homme ». traducción propia, disponible en: <http://www.academievin.org/lappellation-dorigine-controllee-par-rene-renou/>, fecha de última consulta: 29-05-2018.

²³⁹ Ibidem.

²⁴⁰ Moreno, Verónica. « Concha y Toro y Manchester United, un negocio redondo », 2010. Disponible en: <http://www2.latercera.com/noticia/concha-y-toro-y-manchester-united-un-negocio-redondo/>, fecha de última consulta: 03-06-2018.

diferencia que es impactante en ambas etiquetas y que demuestra que una tiene más en cuenta su denominación de origen que la otra. Como se puede ver en la etiqueta chilena, es la omnipresencia de la cepa y en la etiqueta francesa no está presente. Aunque sea un vino de denominación de origen, el vino chileno pone siempre (o casi siempre) en sus etiquetas la cepa en primera instancia lo que en una etiqueta francesa no pasa ya que ponen el nombre de la cepa detrás en los ingredientes usados para producir el vino favoreciendo el lugar de procedencia y su calidad en la etiqueta principal. Esta visión de la cepa como definición de la identidad del país se nota también en el pensamiento colectivo chileno. Dando un ejemplo concreto, la marca Arte y Diseño Étoile²⁴¹ diseñó afiches sobre el vino chileno:



Como se puede ver en el afiche, no citan el vino chileno por su procedencia o su « terroir », pero por las cepas que serían características de ese vino. Es más, más de la mitad de las cepas presentadas en el afiche son cepas exportadas del extranjero, y sobre todo de procedencia europea: Cabernet Sauvignon, Pinot noir, Sauvignon Blanc, Merlot, Chardonnay, País. La única cepa característica de Chile sería la cepa Carmenere, aunque ella también fue una cepa exportada de Europa, pero que paró de existir por un tiempo allá por la filoxera. Aunque, obviamente, la cepa es una parte importante a la calidad del vino, no es la parte importante

²⁴¹ Esta marca es un emprendimiento franco-chileno que se desarrolló en el año 2015 y diseña afiches de comida y tragos queridos por la gente en los diferentes países que diseñan. Primero partieron con una colección chilena, y ahora desarrollaron la colección a Francia e Italia. Afiches disponible en: <http://www.etoile.cl>, fecha de última consulta: 15-06-2018.

que lo desarrolla como identidad cultural y patrimonio. Lo que hace de una cepa un producto terminado de calidad, es el « terroir », este saber-hacer que define y crea la naturalidad, la identidad y todo el patrimonio de un vino. Esto también muestra una diferencia entre ambos países. Además, la manera de disponer de la etiqueta, aunque haya algunas similitudes (como la presencia del dibujo del « château », o el porcentaje de alcohol presente en la botella), es muy diferente de un país al otro. Por ejemplo, la etiqueta chilena se ve más moderna con un deseo de atraer al consumidor joven (que tenga obviamente la edad legal de tomar), contrariamente a un etiqueta francesa que se ve más « rústica » resaltando una tradición, un patrimonio importante que es también otra manera de atraer al consumidor, pero resaltando lo ancestral, lo tradicional.

Volviendo a la diversificación de la institución, podemos destacar también que es el problema que encuentra Chile con la institución que se preocupa de la denominación. En efecto, lo que es destacable es que le SAG, como el INAO, tiene instituciones, comités regionales presentes en todo el país, lo que podría beneficiar las denominaciones de origen y desarrollarlas aún. Sin embargo, como no es su función principal de preocuparse de las denominaciones de origen, que sea del vino o de otro producto, no la cumple verdaderamente. Es más, en Chile no existe realmente una denominación de origen del vino, sino que solo existen tres denominaciones de origen que son la del pisco, del vino asoleado y del Pajarete. Es por eso, al fin al cabo, que no se tiene un real Consejo Regulador ya que no hay un real enfoque en las propias denominaciones de origen. Lo que se puede añadir también, es que desde un principio no se hizo un consejo propiamente enfocado en el sector vitivinícola como se pudo hacer por ejemplo en un principio en Francia. Autores como Gonzalo Rojas van hasta decir que hay un real « vacío normativo » ya que no se enuncia en nada la « naturaleza de la proyección de la DO, ni tampoco su regulación técnica o legal » (Rojas, 2016). Para poder construir esta denominación de origen habría que construir unas normas, unas características que hace del producto un producto con características estrictas que lo hace un producto cualitativo como lo puede hacer Francia con lista de reglas para poder desarrollar su AOC.

Es justamente el problema de Chile, que tiene una denominación de origen que solo significa que tal o tal vino proviene de tal o tal lugar, pero no tiene un real sentido de calidad.

Otro factor que demuestra que quizás la denominación de origen no es necesariamente una prueba de calidad, es la comparación entre el precio y la calidad. Efectivamente, esta relación que es difícil de obtener, es una relación que existe en Chile ya que se puede comprar un vino

que no es necesariamente de denominación de origen y puede ser de buena calidad. Es por eso que por ejemplo los inversores chinos se interesan en países como Chile para poder desarrollar la actividad vitivinícola y exportarla hacia China y sacar el mejor provecho. Igualmente, en Francia, podemos decir que aunque haya denominación de origen no significa que el producto sea de la mejor calidad. Es justamente, esta ley del mercado, los lobbies, la ley de la oferta y de la demanda que aumenta los precios de las botellas de vinos de denominación de origen y que nos hacen creer que porque proviene de tal o tal lugar de Francia el vino tiene que valer tal precio y que es de la mejor calidad. Y esto es un prejuicio que hay que sacarse de la cabeza. Un vino caro no es obligatoriamente bueno, generalmente lo que queremos es encontrar un vino con el mejor precio y una calidad que valga la pena. Y en un mercado como el chileno, será mucho más fácil de encontrar lo que buscamos que en un mercado como el francés que es más difícil de acceso, primero por la cantidad de regiones y de vinos que existen y finalmente por el miedo de no elegir el buen vino, ya que elegir un vino es casi de responsabilidad vital en Francia.

Sobre el papel, la denominación de origen es la última prueba de la calidad del vino. Atesta que es un vino que vale la pena y que sigue unas reglas bien definidas. En este sentido ya vemos una diferencia entre los dos países estudiados. Efectivamente, vemos en esta característica que Chile no tiene una lista de reglas a seguir como la lista que tiene la denominación francesa y esto hace que debilite la potencia, la significación de la denominación de origen.

Conclusiones

Tras un largo recorrido hasta ahora es obligatorio y necesario hacer un balance de los aspectos, de las dudas, de las respuestas más destacables, ponerlos en relieve y matizar las conclusiones que se hayan obtenido de todo lo que se investigó. Es difícil poder abordar un tema que sea tan amplio como el vino ya que es un muy diverso según los países estudiados, pero también desde el sector por el cual se estudia. Esta investigación fue un estudio comparado, pero al cual se agregó un aspecto que ha sido muy interesante a la hora de analizar a los dos países: la influencia que tuvieron el uno sobre el otro.

Obviamente, cuando hablamos de patrimonio y de identidad vitivinícola, es difícil poder estudiar solo algunos aspectos, ya que podrían estudiarse otras áreas que están ligadas al patrimonio y a la identidad vitivinícola, pero que se tuvieron que dejar de lado a la hora de escribir, pero también por el hecho de que ciertos sectores eran desconocidos por la autora y que habría tomado mucho tiempo para poder estudiarlos en profundidad.

Junto a esto podemos decir también que debido a la gran cantidad de bibliografía se tuvo que elegir ciertos autores, o académicos, que respondían de forma clara a las preguntas que se hacían al principio de la investigación. Para un futuro trabajo, la bibliografía dejada de lado se podrá abarcar.

Al principio del proceso de búsqueda, se requería hacer un estado de la cuestión para poder darnos cuenta como trataban el tema en Francia y en Chile. Nos pudimos dar cuenta que tanto los especialistas franceses como chilenos no tan solo estudiaban su propio país, sino que también el uno había estudiado el otro y vice-versa. Poco a poco a lo largo de la escritura de este texto, nos dimos cuenta que, en vez de ser un sintético estado de la cuestión, este estudio se convirtió en un poco más que esto. Efectivamente, se desarrolló como una investigación que es el comienzo de un estudio que se podrá hacer un poco más adelante en el futuro.

Fue una investigación sobre cómo han influido ciertos aspectos, presentes tanto en el pasado como la actualidad, en el patrimonio y la identidad vitivinícola en Francia y en Chile, y cómo Francia ha influido en Chile, y cómo Chile ha influenciado Francia en este sector.

Esta conclusión de este comienzo de investigación, hará resaltar los puntos que han sido esenciales en el trabajo, pero también las respuestas dadas a las hipótesis y las preguntas hechas a comienzo de la investigación. Habrá también lugar para subrayar las dudas, las ausencias bibliográficas, las preguntas y líneas investigativas que sería interesante desarrollar en un futuro.

Lo que se destacó, primeramente, cuando se buscó estudios sobre el tema, es que Francia y su sector vitivinícola contenía más bibliografía que Chile. La primera explicación que se le podría dar a esto es que Francia tiene 1500 años de avance sobre el tema y podemos atrevernos en decir que casi siempre vivió con el vino. Lo segundo que podría explicar esto es que el vino forma parte de la vida de un francés desde el principio de su vida y es casi indispensable a su cultura. Pero el hecho de que Chile no haya desarrollado hasta el momento tan vasta literatura como Francia está siendo subsanado en la actualidad tenga menos bibliografía, y cada vez más los académicos chilenos o internacionales se están interesando en su caso y desarrollan unos trabajos más y más especializados. Es más, la bibliografía ya presente en el mundo académico intenta renovarse para poder precisar y aportar las novedades ocurridas estos últimos años, como se pudo ver en la reedición del libro de José del Pozo editado en 1998 y reeditado en 2013 con cambios significativos como la adjunción de una nueva parte a su historia del vino chileno.

Unas de las hipótesis planteadas al principio de la investigación era saber si Chile y Francia habían pasado de cierta manera por las mismas etapas a la hora de desarrollar su historia vitivinícola. En cierto modo podemos decir que sí, aunque hay matices que aportar. Primeramente, diremos que el vino llegó de la misma forma en ambos países es decir por colonización. Fue una manera por cada población que colonizó a las dos naciones de implantar su cultura y sus costumbres de forma indirecta. Es más, después de estas colonizaciones estos Estados se enfrentaron a un periodo de independencias que les ayudó en el desarrollo de sus actividades vitivinícolas. Lo que se pudo destacar también a lo largo de ambas historias, es que el vino se usó por el clero de forma muy intensa en Francia durante la Edad Media, y en Chile durante la colonización española y este aspecto podría ser interesante de estudio más adelante ver como se desarrolló en ambos países y hacer una comparación. Obviamente, aunque sean de épocas diferentes, ambos países lograron tener etapas parecidas hasta el punto de inflexión en el siglo XIX. Sin lugar a duda este momento fue el periodo más importante en el cual los dos países pudieron reconocerse y lograr juntos el desarrollo requerido.

Como se pudo ver a lo largo de este estudio comparado, Francia y Chile son dos países relacionados en la cultura del vino desde el siglo XIX, y que siguieron influyéndose el uno al otro hasta hoy en día. Otra hipótesis que había planteado era que la nación europea había influido la nación andina y vice-versa. Podemos, después de esta investigación, decir que no es cierto, y refutar esta hipótesis. Efectivamente, lo que podemos decir es que uno de los

países tuvo un papel más importante que el otro a la hora de influenciarlo. Francia es el país que tuvo más influencia entre ambos países ya que estuvo acompañando Chile a lo largo de su construcción vitivinícola, con la ayuda de especialistas, la llegada de las cepas francesas en el siglo XIX, las técnicas empleadas por los viñateros chilenos y todas unas características que ayudaron al viñedo chileno a crecer y a volverse lo que es hoy por hoy. No obstante, aunque la influencia del Estado chileno sobre el francés fue menor, podemos decir que fue de gran importancia, porque fue gracias a ella (y a injertos americanos) que Francia durante la crisis de la filoxera pudo salvar su viñedo.

Francia fue, después de la influencia española, como el padre que educó Chile en su cultura vitivinícola. Resaltando una idea explicitada en el capítulo 1, Chile, a la hora de desarrollar su sector vitivinícola y su patrimonio e identidad siempre tuvo un maestro, un « profesor » que lo ayudó en su crecimiento y a el logro de nuevas etapas. Primeramente, fueron los españoles con el implante de la vitivicultura y cepas españolas como la cepa País. Y luego, fue Francia con la llegada de sus cepas pero también con la entrada en la vitivicultura moderna, es decir con la construcción de un patrimonio y de una identidad vitivinícola. Sin duda, esta construcción hecha por Francia en Chile resaltó un problema importante sobre el patrimonio y la identidad vitivinícola chilena.

Efectivamente, el desarrollo del patrimonio y de la identidad vitivinícola chilena ha sido fuertemente influido por la francesa, y quizás demasiado. En primer lugar, porque usan muchas cepas que provienen del territorio francés: Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir... para citar algunas de las muchas presentes en el territorio chileno.

Luego, en las construcciones vitivinícolas los viñateros, productores chilenos se inspiraron mucho en las construcciones francesas de los « Châteaux » que es el símbolo supremo de la identidad vitivinícola en Francia. Es más, esta construcción figura muchas veces en las etiquetas de las botellas de vino, prueba de una tradición y de un patrimonio milenario, algo que está ocurriendo también en las botellas de vino chilenas.

Algo muy significativo también, es el desarrollo de las exportaciones que se ve más importante que la construcción nacional del mercado. Lo que se dio desde el siglo XIX, es el desarrollo cada vez más importante de las exportaciones dejando de lado lo nacional, como se pudo ver por ejemplo con el fomento de la campaña hecha por Wines of Chile para 2025. La aportación que podríamos poner acá es que apoyar solo una parte del sector no favorece en nada el sector. Creemos que primeramente tendrían que definir muy bien su sector

nacional, desarrollarlo, sin dejar de lado el aspecto de las exportaciones, porque es claramente la base del desarrollo del vino. Porque lo que podría pasar a futuro es que otra nación les pase por delante por el simple hecho que tenga vinos de mejor calidad a precio más bajo, como lo podría hacer China en algunos años, por ejemplo, de la cual hablaremos más adelante.

Finalmente, en donde se resalta más este vacío del patrimonio y de la identidad es en la construcción de la Denominación de Origen. Aunque intentaron construir un sello para poder tener reconocimiento internacional, esta apelación es demasíadamente frágil para poder tener legitimidad. Como lo « denuncia » Gonzalo Rojas hay un real « vacío normativo » y hay que cambiarlo porque si no Chile no podrá hacerse con el espacio que se merece en el marco internacional y en su propio país. Sin lugar a duda, como lo estuvimos desarrollando anteriormente, el problema de Chile es que se basa siempre sobre un actor más « potente » que él, lo que no lo favorece para nada. En la legislación de su denominación de origen que está muy vacía, vemos por la forma de enunciar la denominación que sostiene el mismo problema que tiene el marco normativo internacional. Lo que está pasando es que hay una gran confusión entre denominación de origen e indicación geográfica. Lo que comporta la primera medida que no tiene la segunda es esa parte patrimonial que considera el trabajo hecho sobre el vino, las técnicas empleadas, el saber-hacer propio a la región denominada, y la calidad que resalta del trabajo del viñatero sobre sus uvas. Y esto no es lo que trasparenta la denominación chilena. Es más, lo que se destaca más en esta construcción de esta apelación es que, por ejemplo, en las etiquetas de botellas se le da más importancia a las cepas que a la misma denominación. Cuando se compra una botella de vino en Chile, se nota primeramente en la botella la cepa usada que el « terroir » del cual proviene. Basándose solo en las cepas no se crea una real identidad, ya que por la mayoría son cepas francesas. Es más, algunos especialistas quieren que la cepa Carmenere se convierta en la cepa representativa de la Chile, ya que, aunque era una cepa proveniente del suelo francés, se desarrolló de manera mucho más eficiente en los suelos chilenos y casi desapareció del territorio francés. Lamentablemente, todavía no se ha puesto en práctica. Sin embargo, aunque pueda ser un avance interesante para los vinos chilenos y para su imagen, no podrá arreglar todos los problemas que contiene el desarrollo de la identidad y del patrimonio vitivinícola.

Cuando hablamos de Francia, siempre vemos este ideal país en donde el vino y sus tradiciones son un ejemplo para todo el mundo. Lo que nos gustaría explicar acá es que, aunque parece ser el paraíso del vino, este país no lo tiene todo claro y hay que hacer algunas verificaciones.

Hace más de 2000 años que Francia vive con el vino, y es un producto que forma parte del patrimonio y de la identidad francesa de forma primeriza. No obstante, desde algunos años esta importancia se ha visto cuestionada y no por pocas cosas. Al nivel legislativo, por ejemplo. Como hemos visto en el capítulo 2 y 3 Francia se pierde entre dos denominaciones. Está regida por la parte nacional pero también por la parte europea y esto complica mucho las cosas tanto por las personas que tienen que enmarcarlo en sus botellas, pero también para los consumidores que se pierden en tantas denominaciones. ¿Cuál es la que representa el patrimonio y la identidad de Francia? Todavía es complicado poder elegir la una o la otra, aunque últimamente pudimos destacar unas opiniones a favor de la legislación europea, que es más estricta con una lista de reglas más desarrolladas y precisas. Lo que se cuestiona también es esa legitimidad de la denominación en Francia, pero de forma diferente al cuestionamiento de la chilena.

Como lo explico Michel Bettane, solo 20% de las denominaciones de origen merecen este título. Pero ¿cómo puede ocurrir esto? El real problema que se vive actualmente, como lo hemos resaltado en el capítulo 3, es la presencia cada vez más intensa de los lobbies del vino. Estos empresarios son una real amenaza para el patrimonio ya que la única cosa que quieren es poder desarrollar su negocio y ganar cada vez más dinero a todo costo. Y usan la supuesta denominación de origen para poder llegar a su fin. Finalmente, la denominación de origen para los que dominan el mercado es una manera de hacer creer a un consumidor que el vino es bueno solo por el hecho de que tiene denominación. Pero no siempre será el caso... No es porque proviene de la Región de Burdeos que obligatoriamente el vino será de máxima calidad. Para los lobbies, la denominación de origen se convirtió en una marca que desean desarrollar en el extranjero y fascine a cualquiera que compre su botella de vino. Como se está viendo por ejemplo en el mercado chino.

Últimamente, como hemos desarrollado en el capítulo 3, China es un país que se está imponiendo poco a poco en el sector vitivinícola. Por el momento, es un comprador compulsivo de los vinos de Burdeos, pero también poco a poco de la Región Central de Chile que parece segunda en las importaciones de vino en China. Es la carrera al que tendrá la mejor botella de vino, al que comprará la más cara para poder demostrar su identidad propia, destacarse del conjunto y ser único. Actualmente, la población china está viviendo un cambio importante en su manera de comportarse frente al vino. Están fascinados por los vinos de la

región de Burdeos y esto no es más menos que el resultado de las campañas de marketing de los lobbies del vino. Poco a poco empresarios del mundo del vino francés se están implantando en China para poder desarrollar el mercado, y la fama creada por los lobbies para el vino ayuda mucho en desarrollarla. Lo que nos interesó mucho en el estudio de China es que en cierto modo se parece en algunos aspectos al desarrollo de Chile en el sector vitivinícola. En efecto, esta propensión a desear los vinos extranjeros en vez de los suyos demuestra ya un primer punto en común de los dos países. Y la frase de Benjamín Vicuña Mackenna²⁴² podría aplicarse hoy por hoy a la actitud china.

Aunque se haya descubierto e implementado un mercado chino de falsificación del vino que es una real amenaza para nuestros patrimonios y que va a ser desafortunadamente algo que va seguir creciendo y que va a ser casi imposible de desenmascarar gracias a los progresos tecnológicos, hay que tener en cuenta la subida de este país de manera seria. No es porque actualmente considerando las cifras expuestas en el capítulo 3, China no es una real amenaza no significa que en algunos años no pueda ser la primera potencia en cuanto a vino o, por lo menos, tener un peso importante en el sector como lo está haciendo Chile actualmente. Lo que se cree actualmente, es que la calidad del vino chino es mala, un estereotipo que se puede aplicar a muchos otros sectores. Injustamente, estos estereotipos no son para nada representativos de lo que es la realidad china. La región del Ningxia es el buen ejemplo para esto. Efectivamente, esta región como la Región Central chilena, concentra casi las mismas características que la Región de Burdeos en términos de clima y latitudes. La ventaja, entonces, que tendría China en el sector sería que su mano de obra es menos cara y entonces desembocaría en un precio más ventajoso para los compradores y en una calidad igual a los grandes vinos del mercado, si se emplean en trabajar la tierra y las viñas de manera exitosa. Entonces el caso chino es un caso que hay que tener al ojo en el futuro porque podría tener el mismo o hasta un mejor desarrollo de sus vinos que el caso chileno.

¿Qué se puede hacer entonces para que ambos patrimonios no estén amenazados o debilitados por demás países o por su propio entorno?

²⁴² Los chilenos menosprecian el vino que no sea europeo (...) en lugar de beber vino, vinos puros y saludables, nos envenenamos con los vinos adulterados que nos llegan de Europa (...) menospreciamos una industria nacional, tan útil y en lugar de dar al pueblo una bebida sana y agradable, nos limitamos a fabricar chicha ese vino apenas fermentado que encierra entero el veneno del gas carbónico, y que se vende en todas partes, en las puertas de cada hacienda.

Cuando se trata del caso chileno se podrían desarrollar ideas que sean muy benéficas para que no estén debilitados el patrimonio y la identidad vitivinícola. Hablemos primero de la legislación. Es estrictamente necesario hacer una nueva legislación sobre la denominación que no se resuma solo a tres denominaciones que son el vino asoleado, el pajarete y el pisco. Es más, Chile tiene que despegarse de las normas internacionales o de cualquier influencia externa para poder desarrollarse por sí mismo. Lo que logra hacer ahora es una copia de lo que se ha hecho y no revela lamentablemente su propia identidad que podría ser tan rica y merece ser reconocida primeramente por su entorno nacional y después por lo internacional. Lo que se desearía desarrollar en un estudio futuro es el potencial que tiene Chile todavía escondido debajo del zapato y que se podría explotar para un desarrollo de la vitivinicultura chilena en su propia entidad. Se tiene que centrar en el desarrollo de su sector nacional para poder realmente explotar al nivel internacional porque está demasiado centrada en impresionar los demás en vez de estar primeramente impresionarse a sí misma. Un punto que sería también benéfico para el desarrollo del vino chileno es la parte orgánica expuesta en el capítulo 3.

Este sector de los vinos orgánicos es el real negocio que a la vez puede ser una buena jugada tanto por la identidad chilena pero también para nuestro planeta que necesita un poco de descanso. Las condiciones climáticas presentes en Chile son ideales para poder desarrollar este sector y la única cosa que queda por hacer es crear infraestructuras que puedan fomentarlo y convertirlo en la identidad chilena por excelencia. Hay obviamente que sacarse de la cabeza que el vino orgánico es malo y no tiene ninguna legitimidad en el sector vitivinícola, porque esas son afirmaciones que no tienen relevancia a la hora de hacer estudios sobre la calidad de los vinos orgánicos.

Hablando de Francia, lo que hay que intentar calmar es la prepotencia que tiene en el mundo. Aunque que varias denominaciones francesas son de reconocimiento internacional, los precios al cual se venden las botellas en el mercado son precios que no son normales y demuestran la prepotencia y la influencia de los lobbies en Francia y en el mundo. Este exceso de confianza puede ser muy malo para la identidad y el patrimonio ya que poco a poco el entorno internacional se dará cuenta que podrá encontrar vinos de mayor calidad a precio más bajo y se desinteresará del patrimonio francés. Lo que están logrando los lobbies es efectivamente imponer el vino francés al internacional, pero la forma de hacer las cosas no

es buena. El argumento más insensato es decir que el vino no es una bebida alcohólica sino que un producto que no le hace daño a una persona y que un símbolo de un patrimonio y de tradiciones. Sentimos decir que el vino aunque si sea un producto patrimonial, fue, es, y será por siempre una bebida alcohólica que tomada sin moderación puede dañar la salud de forma muy intensa. No decimos que hay que parar de tomar vino, pero que no hay que creer de forma totalmente ciega lo que dicen los lobbies y el mercado del vino en su totalidad.

En cuanto a la legislación, lo que se tendría que hacer en el aspecto francés, es ver si se elige una denominación o la otra. Sin lugar a duda, tener miles denominaciones no facilita para nada la lectura de calidad del producto, y hace dudar cual vino puede ser bueno o no. Si desean ir por la denominación europea habría que hacerlo de forma integral en vez de estar haciendo malabares entre dos sistemas que son casi parecidos y que complican aún más la comprensión de la denominación, pero también que debilita su legitimidad, y la legitimidad del patrimonio y de la identidad vitivinícola.

Último punto del cual tenemos que hablar es también la visión anticuada que tiene Francia sobre su mundo vitivinícola. Sin duda, lo que se ve es que Francia está muy arraigada a sus tradiciones lo que puede ser malo a la hora modernizarse. Es por eso que por ejemplo que le cuesta mucho aceptar nuevas maneras de hacer el vino como la subida de los vinos orgánicos que para ciertos especialistas vitivinícolas sería una amenaza para el patrimonio y la identidad del vino. Estudios demostraron que no es el caso que hasta este vino es de mejor calidad pero que además añade esta parte ecológica que puede salvar el planeta. Es importante entonces cambiar esta opinión para, en vez de «destruir» el patrimonio y la identidad vitivinícola, los hará evolucionar y hará de nuestro planeta, un planeta más sano.

La presente investigación ha querido primeramente demostrar que Francia y Chile no son países tan desconocidos el uno del otro en cuanto al sector vitivinícola. Es por eso que será oportuno seguir esta investigación con más profundidad y con más tiempo para poder cada vez más descubrir nuevos aspectos que podrían relacionarlos aún más con sectores como lo económico, lo científico, agronómico, en las artes... Obviamente se vieron ciertas diferencias entre ambos países que fueron las bases para que el estudio pueda tener partes que discutir.

Es entonces por ello oportuno destacar que se desea realmente desarrollar, en un futuro próximo, una investigación también basada sobre ambos países, añadiendo sectores no estudiados en la investigación actual, pero también añadiendo a países que están en pleno periodo de crecimiento como lo estamos viendo como China actualmente. Quizás ver para Francia como se desarrollaría con un mundo sin lobbies o con una influencia menor de ellos. Para Chile, un desarrollo del su lado orgánico, pero también una reforma de la legislación de la denominación de origen. Un estudio comparado entre Chile y China podría ser un estudio interesante también ya que tienen comportamientos similares en el sector. La exportación de vinos chilenos en China podría ser una nueva apertura para la identidad chilena que quizás podría convertirse como Francia en un «profesor» que le explique todos los mecanismos para poder ser una potencia vitivinícola en el mundo.

Así pues, esta investigación quiso resaltar los puntos de patrimonio y de identidad vitivinícola más resaltantes en la actualidad, pero que por cierto no representan la totalidad de los aspectos enfrentados por el sector vitivinícola hoy por hoy

Fuentes

Bibliografía

- Académie Amorim. *L'ADN du vin. Science, marché, loi, culture*. París: Éditions France Agricole, 2015.
- Acuerdo sobre los ADPIC, Artículo 22.1. Publicación OMPI n°223, OMPI, Ginebra, Suiza, 1996.
- AFP. « Viticulture: Peter Kwok, le plus Bordelais des Chinois », 2018. Disponible en: http://www.lepoint.fr/societe/viticulture-peter-kwok-le-plus-bordelais-des-chinois-27-04-2018-2214020_23.php, fecha de última consulta: 15-06-2018.
- Aguilar, Carmen. « Chile: el Paraíso para el vino ecológico que se va al exterior » 2015. Disponible en: <http://www.24horas.cl/nacional/chile-el-paraiso-para-el-vino-ecologico-que-se-va-al-exterior-1615133>, fecha de última consulta: 08-05-2018.
- Aguilera Rojas, Gonzalo. « Patrimonio e Identidad Vitivinícola. Reflexiones sobre la evolución de los significados culturales del vino en Chile ». Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°4, 2015, 88-105.
- Aguilera Rojas, Gonzalo. « Sobre la necesidad de avanzar hacia un sistema de DO para el vino chileno », Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 3, n°8, 2016, 145-173.
- Attac Paris. « Les lobbies au coeur de la gouvernance européenne ». Disponible en: <http://www.adequations.org/IMG/pdf/TexteLobbyAttac12-2.pdf>, fecha de última consulta: 30-05-2018.
- Atero, Muriel y Mella, Alejandra. « Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. Las Políticas Culturales Públicas en Chile. *Acercamiento antropológico a la política cultural nacional, 1920-2006* ». Tesis para optar al título de Antropóloga, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, 2007.
- Blancpain, Jean-Pierre. *Francia y los franceses en Chile*. Santiago: Hachette, 1987.
- Bard, Patrick y Ferrer Marie-Berthe. « Carmenere, le cépage miraculé » 2010. Disponible en: https://www.lemonde.fr/voyage/article/2010/05/27/carmenere-le-cepage-miracule-du-chili_1351513_3546.html, fecha de última consulta: 28-05-2018.
- Béguin, François. « Les députés assouplissent la loi Evin et autorisent « l'information oenologique », 2015. Disponible en: https://www.lemonde.fr/addictions/article/2015/11/25/les-deputes-assouplissent-la-loi-evin_4816763_1655173.html, fecha de última consulta: 08-06-2018.
- Béguin, François y Girard, Laurence. « La représentante du lobby viticole nommée conseillère agriculture d'Emmanuel Macron », 2017. Disponible en: <https://www.lemonde.fr/politique/article/2017/05/23/la-representante-du-lobby-viticole->

[nommee-conseillere-agriculture-d-emmanuel-](#)

[macron_5132663_823448.html#meter_toaster](#), fecha de última consulta: 08-06-2016.

Belmar Gamboa, Carolina. « Las denominaciones de origen en Chile: desarrollo y perspectivas futuras », Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 3, n°8, 2016, 253-266.

Bordeaux Fête le Vin. « Une fête unique en Europe ». Disponible en : <https://www.bordeaux-fete-le-vin.com/Presentation2/Une-fete-unique-en-Europe>, fecha de última consulta : 25-02-2018.

Brut. « Quand les lobbies du vin détricotent la Loi Evin », 2018. Disponible en : https://www.francetvinfo.fr/economie/emploi/metiers/agriculture/quand-les-lobbies-du-vin-detricotent-la-loi-evin_2591330.html, fecha de última consulta : 26-02-2018.

Célérier, Frédérique y Schirmer, Raphaël. « Hommes, femmes et territoires du vin (1960-2010). Les Appellations d'Origine Contrôlée (AOC), modèle de développement local à la française », 2012. Disponible en: <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00772320/document>, fecha de última consulta: 28-06-2018.

Chadwick, Eduardo (*et al*). « Wine of Chile Plan Estratégico 2020 ». Santiago: Wines of Chile. 2010.

Chambolle, Claire y Giraud-Héraud, Éric. « Certification de la qualité par une AOC : un modèle d'analyse », Economie et prévision, vol 159, n°3, 2003, p83-91.

Code Rural. París: Ministerio de la Agricultura, artículo L642-5 modificado por el decreto n°2015-1246 del 7 de octubre de 2015- art.4. Disponible en: <https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?idArticle=LEGIARTI000031282311&idSectionTA=LEGISCTA000006183018&cidTexte=LEGITEXT000006071367&dateTexte=20180528>, fecha de última consulta: 28-05-2018.

Cohen Alfie, Miriam. « Riesgo Ambiental: la Aportación de Ulrich Beck ». Acta Sociológica, vol.73, Mayo-Agosto 2017, 171-194. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0186602817300531>, fecha de última consulta: 18-05-2018.

Comisión Europea. « Plan d'Action Européen 2004 », 2014. Disponible en : https://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/european-action-plan/2004_fr, fecha de última consulta el : 26-02-2018.

- Consejo de las Comunidades Europeas, Comisión de las Comunidades Europeas. *Tratado de la Unión Europea*. Luxemburgo, Oficinas de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, 1992.
- Cotte, Jean-Philippe. « La Chine, premier destination des vins de Bordeaux ». Conseil Interprofessionnel des Vins de Bordeaux, Cap Sciences Bordeaux, 2016. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=k-LGjD9RzXk>, fecha de última consulta: 12-06-2018.
- Decreto ley instituye el Día del Vino. Santiago: Ministerio de la Agricultura, 2015. Decreto ley 29. Disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=1082126&buscar=vino+patrimonio>, fecha de última consulta: 25-05-2018.
- Delpont, Léa. « L’agriculture biologique victime de son succès », 2016. Disponible en : https://www.lesechos.fr/02/06/2017/LesEchos/22458-075-ECH_1-agriculture-biologique-victime-de-son-succes.htm, fecha de última consulta : 27-02-2018.
- Del Pozo, José. *Historia del vino chileno*. Santiago: LOM Ediciones, 2013.
- Departamento legislativo INAPI. Documento de trabajo: « Programa de promoción y protección del producto chileno », de 2011.
- Duby, Georges y Wallon, Armand. *Histoire de la France rurale*, París, Seuil, 1975-1977, 4 volúmenes, vol 3, pp 329-330.
- Durand, Anne-Aël. « Pourquoi le vin compte autant pour la France, en sept graphiques » 2016. Disponible en: http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/09/14/pourquoi-le-vin-compte-autant-pour-la-france-en-sept-graphiques_4997656_4355770.html, fecha de última consulta: 05-04-2018
- El Mostrador Mercados. « Exportación de vino chileno subió 3,7% en 2017, con China y Brasil entre las mayores alzas », 2018. Disponible en: <http://www.elmostrador.cl/mercados/2018/02/07/exportacion-de-vino-chileno-subio-37-en-2017-con-china-y-brasil-entre-las-mayores-alzas/>, fecha de última consulta: 05-06-2018.
- EU Law on Organic Production. Bruselas: The European Council of Agricultural Ministers, 2007. N°834/2007. Disponible en: https://ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/eu-legislation/brief-overview_fr, fecha de última consulta: 07-05-2018.
- Fédération Nationale d’Agriculture Biologique (FNAB). « Rapide historique des règles françaises de l’agriculture biologique », 2011. Disponible en : <http://www.fnab.org/nos->

actions/reglementation/16-rapide-historique-des-regles-francaises-de-lagriculture-biologique#grand1, fecha de última consulta : 26-02-2018.

FranceAgriMer. « Analyse des filières vitivinicoles des principaux pays producteurs dans le monde » 2016. Disponible en: <http://www.franceagrimer.fr/content/download/48448/464761/file/SYNTHESE%20FILIERE%20CHILI.pdf>, fecha de última consulta: 05-06-2018.

France Bleu. « « Aimer le vin, c'est aussi avoir un grain de raison » : la campagne qui fait débat », 2015. Disponible en: <https://www.francebleu.fr/infos/societe/aimer-le-vin-c-est-aussi-avoir-un-grain-de-raison-la-campagne-qui-fait-debat-1449687288>, fecha de última consulta: 29-06-2018.

France 24. *Le Ningxia, nouvel el dorado du vin chinois - #Asiedirect*. Francia: France 24. 2013. Duración: 00:05:30. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=srLYBJ4xbzg>, fecha de última consulta: 12-06-2018.

Garretón, Manuel Antonio. *El espacio cultural latinoamericano. Bases para una política cultural de integración*. Chile, Fondo de cultura económica, 2003.

Gautreau, Émilie. « Expliquez-nous... la loi Evin » 2015. Disponible en : https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/expliquez-nous/expliquez-nous-la-loi-evin_1780091.html, fecha de última consulta : 04-05-2018.

Gay, Claudio. *Historia física y política de Chile. La agricultura*. París y Santiago, 1862.

Godoy Descazeaux, Ignacio. « Heritage marketing y el desafío de aprovechar las virtudes de un buen manejo del patrimonio en la industria vitivinícola chilena » RIVAR, IDEA-USACH, ISSN 0719-4994, Vol 1 N° 3, septiembre 2014, pp. 1-11

Grandadam, Sandrine. « Un vin presque parfait », 2016. Disponible en : <https://www.courrierinternational.com/article/chili-un-vin-presque-parfait>, fecha de última consulta : 26-02-2018.

Guillermin, Johan. « Ce 5 mai, la France atteint son « jour de dépassement écologique » 2018. Disponible en : <https://www.lanouvellerepublique.fr/a-la-une/ce-5-mai-la-france-atteint-son-jour-de-depassement-ecologique>, fecha de última consulta: 07-05-2018.

Infos Bordeaux. « Bordeaux : La filière viticole va-t-elle entrer en guerre contre le gouvernement socialiste ? », 2013. Disponible en : <http://www.infos-bordeaux.fr/2013/actualites/bordeaux-la-filiere-viticole-va-t-elle-entrer-en-guerre-contre-le-gouvernement-socialiste-4998>, fecha de última consulta: 08-06-2018.

- Institut Français de la Vigne et du Vin (IFV). « La viticulture biologique ». Disponible en : <https://www.vignevin-sudouest.com/publications/fiches-pratiques/viticulture-biologique.php>, fecha de última consulta : 26-02-2018.
- Institut National de l'Origine et de la Qualité. « AOC Bordeaux, Bordeaux Clairet, Bordeaux Rosé, Bordeaux Sec, Bordeaux Côtes de Francs et Bordeaux Haut-Benauges ». Disponible en : https://www.inao.gouv.fr/show_texte/29, fecha de última consulta: 29-06-2018.
- Hendrick, Pascal. *C dans l'air, des bulles dans le vin (spéculatives)*. Francia: Maximal production y France Télévisions. 2011. 01:04:45. Disponible en : <https://www.youtube.com/watch?v=2PpYhPpbyC0>, fecha de última consulta: 07-05-2018.
- Institut National de l'Origine et de la Qualité. « AOC-AOP ». Disponible en: <https://www.inao.gouv.fr/Les-signes-officiels-de-la-qualite-et-de-l-origine-SIQQ/Appellation-d-origine-protégée-Appellation-d-origine-contrôlée>, fecha de última consulta: 23-05-2018
- Institut National de l'Origine et de la Qualité (INAO). *Guide du demandeur d'une Appellation d'origine contrôlée / Appellation d'origine protégée (AOP/AOC) ou d'une Indication géographique protégée (IGP)*. Francia, Noviembre 2016.
- Lacoste, Pablo. « Del TLC Argentina-Chile a la Fiesta Nacional de la Vendimia: política, vino y cultura popular ». *Universum* n° 21, 2 (Talca, 2° semestre 2006): 184-201.
- Lacoste, Pablo. « El vino y su identidad histórica cultural » 2017. Disponible en: <http://www.enologo.cl/index.php/tech/218-el-vino-y-su-identidad-historica-cultural-pablo-lacoste-2017>, fecha de última consulta: 21-04-2018.
- Lacoste, Pablo., Jiménez Cabrera, D., Briones Quiroz, F., Castro San Carlos, A., Rendón Zapata, B., & Jeffs Munizaga, J. (2014). Burdeos de Talca y Champagne de Mendoza: Denominaciones de Origen y contaminación identitaria de vinos en Argentina y Chile. *Mundo Agrario*, vol. 15, no29. Recuperado de <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv15n29a08>
- Le Feuvre, René F. « Empalizamiento de las viñas ». Primer Congreso Libre de Agricultores de la República de Chile, Imprenta de la República Jacinto Nuñez, Santiago, septiembre de 1876.
- Le Figaro. « Le vin reconnu « patrimoine » de la France », 2014. Disponible en : <http://www.lefigaro.fr/flash-eco/2014/04/12/97002-20140412FILWWW00144-le-vin-reconnu-patrimoine-de-la-france.php>, fecha de última consulta : 26-02-2018.

- Legifrance. « Loi n°80-502 du 4 juillet 1980 d'orientation agricole - Article 14 ». Disponible en : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do?cidTexte=JORFTEXT000000705202&idArticle=LEGIARTI000006600747>, fecha de última consulta : 26-02-2018.
- Le Monde. « Seuls 20% des vins d'appellation d'origine méritent ce statut », 2011. Disponible en : http://www.lemonde.fr/societe/chat/2011/06/22/cepage-ou-aoc-quel-avenir-pour-le-vin-francais_1539500_3224.html, fecha de última consulta : 26-02-2018
- Le Robert, dictionnaire culturel en langue française*. Alain Rey, dir. 2005. París : Le Robert-Sejer. s.v. « Patrimoine ».
- Le Robert, dictionnaire culturel en langue française*. Alain Rey, dir. 2005. París: Le Robert-Sejer. s.v. « viticulture ».
- Les Echos. « Comment les Chinois s'approprient le Bordelais », 2012. Disponible en: https://www.lesechos.fr/05/09/2012/LesEchos/21263-037-ECH_comment-les-chinois-approprient-le-bordelais.htm, fecha de última consulta: 15-06-2018.
- Les Echos. « La vérité sur le danger des pesticides dans le vin » 2017. Disponible en: https://www.lesechos.fr/08/02/2018/lesechos.fr/0301272005972_toute-la-verite-sur-le-danger-des-pesticides-dans-le-vin.htm#formulaire_enrichi::bouton_facebook_inscription_article, fecha de última consulta: 25-02-2018.
- Le Figaro. « La Chine devient premier consommateur mondial de vin rouge », 2014. Disponible en: <http://www.lefigaro.fr/conso/2014/01/28/05007-20140128ARTFIG00535-la-chine-devient-premier-consommateur-mondial-de-vin-rouge.php>, fecha de última consulta: 10-06-2018.
- Ley de Creación del Sistema Nacional de Certificación de Productos Orgánicos Agrícolas. Santiago: Ministerio de Agricultura, 2007. Ley n°20.089. Disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=264164>
- Ley de alcoholes n°1515. Santiago: Ministerio de Hacienda, 1902. Artículo 14. Disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=22709&buscar=ley+1515>, fecha de última consulta: 21-06-2018
- Ley 18.455. Santiago: Ministerio de la Agricultura, 1985. Artículo 27. Disponible en: <http://www.leychile.cl/idNorma=29859&buscar=18455>.
- Ley 19.039. Santiago: Ministerio de la Agricultura, 1991. Artículo 92. Disponible en: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=30406&R=1#920>.

- Ley 19.039. Santiago: Ministerio de la Agricultura, 1991. Artículo 93. Disponible en: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=30406&R=1#920>.
- Ley 19.039, modificada por la ley 19996. Santiago: Ministerio de la Agricultura, 2005. Artículo 92. Disponible en: <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=236219&buscar=ley+19996>
- Loi n°2014-1170 du 13 octobre 2014 d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt (1). París: Sénat, 2014. Artículo 22.
- L'internaute. « « Buveurs » contre « abstinentes » », 2016. Disponible en: <http://www.linternaute.com/actualite/savoir/06/lobbies-france/vin-pour.shtml>, fecha de última consulta: 08-06-2018.
- Maligorne, Clémentine. « Présidentielle : faut-il supprimer la PAC », 2017. Disponible en: <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2017/03/13/20002-20170313ARTFIG00007-presidentielle-faut-il-supprimer-la-pac.php>, fecha de última consulta: 29-06-2018.
- McCarthy, Robert; Ewing-Mulligan Mary y Beaumard Éric. *Le Vin pour les nuls*. París: Éditions First, 2017.
- Messenger, Danielle. « Les lobbies du vin jusqu'au plus haut niveau de l'Etat », 2018. Disponible en : <https://www.franceinter.fr/societe/en-france-des-lobbyistes-tentent-toujours-de-nous-faire-croire-que-le-vin-n-est-pas-dangereux-pour-la-sante>, fecha de última consulta : 27-02-2018.
- Molina, Marcela S. « La protección de la denominación de origen, indicación geográfica e indicación de procedencia. Estudio comparativo de las legislaciones de los Estados latinoamericanos y español », Revista Iberoamericana de Viticultura, Agroindustria y Ruralidad, Vol 2, n°6, 2015, 46-69.
- Moore, Victoria. « The Bordeaux wine bubble is fizzing up, up and away », 2011. Disponible en : <https://www.telegraph.co.uk/foodanddrink/wine/8564288/The-Bordeaux-wine-bubble-is-fizzing-up-up-and-away.html>, fecha de última consulta : 25-04-2018.
- Moreno, Verónica. « Concha y Toro y Manchester United, un negocio redondo », 2010. Disponible en: <http://www2.latercera.com/noticia/concha-y-toro-y-manchester-united-un-negocio-redondo/>, fecha de última consulta: 03-06-2018.
- Nau, Jean-Yves. « Quand le lobby du vin veut nous convaincre que le vin (français) n'est pas une drogue », 2013. Disponible en: <http://www.slate.fr/france/78310/vin-francais-drogue>, fecha de última consulta: 08-06-2018.

- Nouvel obs. « Une erreur de «copier-coller » déclenche une fronde des viticulteurs ». Disponible en: <https://www.nouvelobs.com/les-internets/20130930.OBS9115/une-erreur-de-copier-coller-declenche-une-fronde-des-viticulteurs.html>, fecha de última consulta: 08-06-2018.
- Organisation Internationale du Vin. « Éléments de conjoncture mondiale » 2017. Disponible en: <http://www.oiv.int/public/medias/5264/oiv-noteconjmars2017-fr.pdf>, fecha de última consulta: 08-05-2018
- Organisation Internationale de la Vigne et du Vin (OIV). « France : le vin fait partie du patrimoine culturel », 2014. Disponible en : <http://www.oiv.int/fr/economie/france-le-vin-fait-partie-du-patrimoine-culturel>, fecha de última consulta : 25-02-2018.
- Organización de las Naciones Unidas para las Ciencias, la Educación y la Cultura. « Qu’entend-t-on par « Patrimoine culturel »? Disponible en : <http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/>
- OMC. « Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio » Marrakech, Organización Mundial del Comercio, 1994. Disponible en: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips.pdf, fecha de última consulta: 21-05-2018.
- OMC. « Tratados multilaterales relacionados con la Propiedad Intelectual > Partes Contratantes/Signatarios », 1995. Disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/other_treaties/parties.jsp?treaty_id=231&group_id=22, fecha de última consulta: 21-05-2018.
- OMPI. « Tratados administrados por la OMPI. Partes Contratantes > Arreglo de Lisboa (Total de las Partes Contratantes: 28) », Lisboa: Organización Internacional de la Propiedad Intelectual, 1979. Disponible en: http://www.wipo.int/treaties/es/ShowResults.jsp?lang=es&treaty_id=10, fecha de última consulta: 17-05-2018.
- OMPI. « Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional. Acta de Ginebra del Arreglo de Lisboa sobre las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas » Ginebra, Organización Internacional de la Propiedad Intelectual, 2015. Disponible en:

http://www.wipo.int/wipolex/es/treaties/text.jsp?file_id=371576, fecha de última consulta: 21-05-2018.

Pérez García, Manuel. « One Belt, One Road: China, Europe and Latin America », Proyecto de Investigación, Renmin University of China, 2016.

Pino Torres, Carlos A. « Manual de viticultura orgánica » 2013. Universidad Católica, Curicó, Región del Maule, Chile.

Pitte, Jean Robert. « Le vin au coeur de l'identité française » 2010. Disponible en: <http://www.politique-actu.com/osons/jean-robert-pitte/161404/>, fecha de última consulta: 21-03-2018.

Pizarro, Carolina. « Changyu y su arribo a Chile: « Haremos todo el esfuerzo para mejorar la posición de Indómita » », 2017. Disponible en: <http://www2.latercera.com/noticia/changyu-arribo-chile-haremos-esfuerzo-mejorar-la-posicion-indomita/>, fecha de última consulta: 15-06-2018.

Potevin, François. « Quels vignobles produisent le plus le bio ? », 2017. Disponible en : <https://vinsdumonde.blog/quels-vignobles-produisent-le-plus-en-bio/>, fecha de última consulta : 27-02-2018.

Poulet, Bernard. « Le bio creuse son sillon » 2010. Disponible en : https://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/le-bio-creuse-son-sillon_1407351.html, fecha de última consulta : 27-02-2018.

Provenzano, Elsa. « Bordeaux : Quelques 140 propriétés viticoles appartiennent à des investisseurs chinois », 2018. Disponible en: <https://www.20minutes.fr/bordeaux/2237663-20180314-bordeaux-quelque-140-proprietes-viticoles-appartiennent-investisseurs-chinois>, fecha de última consulta: 15-06-2018.

Région Nouvelle Aquitaine. « FEADER ». Disponible en: <https://www.europe-en-nouvelle-aquitaine.eu/fr/fonds-europeen/feader.html#>, fecha de última consulta: 18-05-2018.

Renou, René. « L'Appellation d'Origine Contrôlée - Par René Renou », 2015. Disponible en: <http://www.academievin.org/lappellation-dorigine-controlee-par-rene-renou/>, fecha de última consulta: 29-05-2018.

Rey, François. « L'œnotourisme dans le monde », 2017. Disponible en : <https://www.nabuco.com/blog/index.php/2017/05/09/loenotourisme-dans-le-monde/>, fecha de última consulta : 25-02-2018.\$

Rothwell, Jerry y Atlas, Reuben. *Sour Grapes*. Estados Unidos y Francia: Dogwoof y Arte. 2016. 01:25:00.

- Rosnoblet, Jean-François. « Le marché des vins bio en plein essor en France », 2017. Disponible en: <https://fr.reuters.com/article/topNews/idFRKBN1511GZ>, fecha de última consulta: 29-06-2018.
- Roudié, Philippe. *Vignobles et vigneronns du Bordelais (1850-1980)*. París: Éditions du CMRS, 1988.
- Sabourin, Alexis. « Viticole vs vinicole : lequel employer ? » 2012. Disponible en: <https://www.lamaisongirondine.fr/blog/viticole-vs-vinicole-lequel-employer--n4180.html>, fecha de última consulta 04-05-2018.
- SAG. « Historia ». Disponible en: <http://www.sag.gob.cl/quienes-somos/historia>, fecha de última consulta: 28-05-2018.
- SAG. « ¿Qué es y que hace el SAG? », 2015. Disponible en: <http://www.sag.gob.cl/quienes-somos/que-es-y-que-hace-el-sag>, fecha de última consulta: 28-05-2018.
- Salles, Pierre. *La vigne et le vin en France, de l'Antiquité au XXe siècle*. Francia : Libre & Solidaire, 2017.
- Sepúlveda Schulz, Rodrigo. « Le Chili a-t-il sauvé le vignoble français ? » 2015. Disponible en: <https://blog.francetvinfo.fr/le-tire-bouchon/2015/02/28/le-chili-a-t-il-sauve-le-vignoble-francais.html>, fecha de última consulta: 13-03-2018
- Schirmer, Raphaël. « Le Chili, un vignoble à la conquête du monde ». Les Cahiers d'Outre-Mer, 231-232, 2005, 301-328. Disponible en: <https://journals.openedition.org/com/299#quotation>, fecha de última consulta: 05-06-2018
- Séralini, Gilles-Eric y Jérôme Douzelet. *Le goût des pesticides dans le vin*. Arles: Actes Sud, 2018.
- Vicuña Mackenna, Benjamín. *Le Chili considéré sous le rapport de son agriculture et de l'immigration européenne*. París, 1855.
- Sputnik. « Quand les Chinois rachètent la France : aubaine ou menace ? », 2015. Disponible en: <https://fr.sputniknews.com/economie/201510141018831016-investissements-france-chine/>, fecha de última consulta: 15-06-2018.
- Vieille, Viti. « L'AEFO milite pour la défense du patrimoine vitivinicole », 2018. Disponible en <https://www.mon-viti.com/filinfo/vie-de-filiere/laefo-milite-pour-la-defense-du-patrimoine-vitivinicole>, fecha de última consulta : 26-02-2018.
- Villiers-Moriame, Aude. « Le vin chilien à la conquête du monde » 2017. Disponible en : https://www.lesechos.fr/16/02/2017/lesechos.fr/0211803706285_le-vin-chilien-a-la-conquete-du-monde.htm, fecha de última consulta : 24-04-2018

- Vinotrip. « Le vin reconnu patrimoine de la culture française », 2017. Disponible en : <https://www.vinotrip.com/fr/blog/le-vin-reconnu-patrimoine-de-la-culture-francaise/>, fecha de última consulta : 25-02-2018.
- Vins, Vignes, Vignerons. « La Région de Bordeaux : Le vignoble ». Disponible en: <http://www.vinsvignesvignerons.com/Regions/Bordeaux/LA-REGION-BORDEAUX/Le-vignoble>, fecha de última consulta: 29-06-2018.
- Viñas Miraflores Orgánicos. Disponible en: <http://www.mirafloresdelmaipo.cl>
- Wines of Chile. « Wines of Chile presentó su estrategia 2025 y los desafíos de la industria ». Disponible en: <http://www.winesofchile.org/es/news/12-2016/wines-chile-presentó-su-estrategia-2025-y-los-desaf%C3%ADos-de-la-industria>, fecha de última consulta: 05-06-2018.
- Wolton, Dominique. « L'identité culturelle de la France à l'heure de la mondialisation de la communication » 2010. Disponible en: <http://www.wolton.cnrs.fr/spip.php?article111>, fecha de última consulta: 04-04-2018.
- Xaé, Sébastien. « Portrait #6 : Jacques Legros, journaliste et... entrepreneur dans le vin ! » 2014. Disponible en : <http://rendez-vous-en-terroir-inconnu.com/portrait-6-jacques-legros/>, fecha de última consulta : 04-05-2018.